



الجامعة الإسلامية - غزة
عمادة الدراسات العليا
كلية أصول الدين
قسم التفسير وعلوم القرآن

الإعلام

مقوماته ... ضوابطه ... أساليبه
في ضوء القرآن الكريم
دراسة موضوعية

إعداد

الطالبة: آلاء أحمد هشام / مصباح عمار

إشراف

فضيلة الدكتور: عبد السلام حمدان عودة اللوح

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن

2009م - 1430هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

[اَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَتَّدِينَ]

(النحل: 125)

[يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بَنَّا فَتَبَيَّنُوا أَنَّ
تُصِيبُونَا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُونَا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ]

(الحجرات: 6)

يأبى الله أن يكون هناك كتاب كامل غير كتابه
فالحمد لله من قبل ومن بعد

***** ***** *****

قال العماد الأصفهانى :

إني قد رأيت أنه لا يكتب إنسان كتاباً في يومه

إلا قال في غده:

لو غير هذا لكان أحسن

ولو زيد كذا لكان يستحسن

ولو قدم هذا لكان أفضل

ولو ترك هذا لكان أجمل

وهذا من أعظم العبر

وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر

الإهداء

إلى من علماني أن العلم سر الحياة، وأن الصبر زادها، وأن الجهاد فريضتها، من مزاجا حياتهما في كأس حياتي فشربته عذباً زلاً تربية وتعلماً؛ أداءً لبعض حقهما، وإظهاراً لثمرة صبرهما، وتوسلاً للحصول على مزيد الرضا منها، ورغبةً في أن أحظى بكثير دعائهما: أبي وأمي الغاليين.

لله درهما ،،، وعند الله جزاًهما ،،، رب ارحمهما كما ربياني صغيراً وعلمني كبيراً
إلى الذين أذهبوا غربتي، وساهموا في سعادتي: أخواتي الغاليات وأزواجهن وأبنائهن.
إلى من أسكتني فؤادها، ولم تنسني يوماً من دعائها، وشجعتني حتى أنهيت حفظ كتاب
الله: الدكتورة أروى ناهض الرئيس.

إلى جامعني الإسلامية، وأساتذتي الكرام، الذين أمر جدهم مثل هذا البحث، وهم بذلك قد لا يشعرون، ويكتب لهم الأجر وهم لا يعلمون، وأستسمحهم جميعاً لأخص فضيلة الدكتور عبد السلام حمدان اللوح، الذي أعطاني من وقته الكثير، وبذل الجهد الكبير.

إلى مدارس الأوقاف الشرعية، وكلية الدعوة الإسلامية، والقائمين عليها من غرسوا في صدرى غرسة العلم، وتعاهدوها سبع سنين مباركات، ممثلةً فيمن أسسها؛ لتكون موئلاً ومورداً لطلبة العلم الدكتور: يوسف جمعة سلامه، وجميع مشايخي الأعلام من كان يفهمهم أمري، ويعنيهم شأنى فساندوني حساً ومعنى، وكان لهم بذلك أعظم الأثر في حياتي، وأخص منهم الأستاذ الدكتور علي رشيد النجار.

إلى وزارة الأوقاف والشئون الدينية، والعاملين فيها، ومن من يتطلعون لفجر مشرق، تيزغ فيه فجر الإسلام من جديد، من سماتهم: شجاعة يربطها حذر، وطاعة يحدوها وعي، وطاقة يصرفها تخطيط، ورغبة تغربها تجارب، وفي مقدمتهم معالي وزير الأوقاف الدكتور طالب أبو شعر.

إلى المجاهدين الأبطال الذين بذلوا أرواحهم حتى باتت لا تعرف شيئاً إلا طريقها إلى الجنة، وسألت دماءهم لتروي الأرض في طمأنينة وسكينة، وفي ابتسامة وترنيمة.
إلى أمتنا، التي أسأل الله أن يكتب لها التمكين، إلى الأقصى، الذي أسأل الله أن يحرره من أيدي الغاصبين، إلى كل ذرة تراب في أرض فلسطين، إلى غزة موطننا، التي أسأل الله أن يفك حصارها، ويكتب الثبات لأهلها.
إلى الراحلين دون وداع، الباقين في فضاء الذاكرة.

إليهم جميعاً ... أهدي رسالتى هذه

الشكر والتقدير

بدايةً وقبل كل شيء، الحمد لله رب العالمين، أحمدك ربى كما ينبغي لجلال وجهك وعظم سلطانك، فلك الحمد على ما أسبغتَ عليَّ من نعمك ظاهرةً وباطنةً، وما كنتُ أهلاً لذلك لو لا عظيم فضلك وامتنانك، فمنك التيسير والتوفيق.

وانطلاقاً من قوله تعالى: (...أَنِ اشْكُرْ لِي وَلَوَالدِّيْكَ إِلَيَّ الْمَصِيرُ) (لقمان: 14)، أتوجه بالشكر والتقدير إلى والدي العزيزين الكريمين؛ لما أوليانى من الرعاية والتربية والتعليم في مهدي وطفولتى، وما زال لهم بالغ الاهتمام بي في شبابى، اللهم فاحفظهما واغفر لهما وارحهما. وانطلاقاً من قوله تعالى: (وَإِذْ تَذَدَّنَ رَبُّكُمْ لِئَنْ شَكَرْتُمْ لَا زَيْدَنَّكُمْ...) (إبراهيم: 7)، أرفع شكري وتقديرى إلى الجامعة الإسلامية - حرسها الله -، ومؤسسها والقائمين عليها، فبارك الله في عمرهم وعملهم، وجعل هذه الجامعة منارةً للعلم والإيمان إلى يوم الدين.

وأخص بالشكر والتقدير كلية الغراء، كلية أصول الدين، والعاملين فيها من أكاديميين وإداريين، وعلى رأسهم عميدها الموقر الدكتور نسيم ياسين - حفظه الله -.

والشكر مفرونٌ إلى المشرف المربي فضيلة الدكتور عبد السلام اللوح - حفظه الله -، الذي صحي معى بأنفس النقيس، فقبل البحث والباحث، وصوب وسد، وتابع وأرشد، اللهم فاجزه خيراً ما جزيت مشرفاً عن باحث في بحثه.

والشكر موصول، إلى من نرفع رعوسنا بأننا كنا يوماً تحت أيديهم، وننهل من فيض علمهم؛ اعترافاً بجميلهم وحسن صنيعهم، من أساتذتنا ومربينا الأفاضل، الذين حبسوا حاجتهم في صدورهم، ولم يبوحوا إلا بحاجة واحدة، هي أن يتقيأ الجيل المسلم ظلال القرآن، ويستتشق عبير الإيمان، وفيه إلى طاعة الرحمن، وأخص منهم أستاذى الفاضلين: الدكتور زهدي أبو نعمة، والدكتور وليد العمودي، اللذين تقضلا بقبول مناقشتي في هذه الرسالة؛ ليزيداها جمالاً ورونقاً بملحوظاتهما.

ومسک ختم شكري وتقديرى إلى كل من ساعدنى من قريب أو بعيد في حياتي العلمية والدعوية عموماً، وفي رسالتي هذه خصوصاً، وأخص منهم كلاً من الشيخ فلاح الدلو، والأستاذ محمد أبو شرخ، اللذين أمدانى ببعض المراجع الازمة لي في بحثي، والأستاذة القديرة رتيبة المصري التي ساعدتني في إعداد ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية، فجزاهم الله كل الخير، وجعل ذلك في ميزان حسناتهم يوم القيمة.

اللهم إن هؤلاء جميعاً قد أحسنوا إليَّ في حياتي، اللهم فأحسن إليهم، واشكر لهم سعيهم في الدنيا والآخرة، اللهم آمين.

المقدمة

الحمد لله الذي أذن بالرسالة، وجعل الكلمة الطيبة كالشجرة الطيبة، أصلها ثابت وفرعها في السماء، تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها، وحدد مهمة الرسول ﷺ بالبلاغ المبين، فكان القرآن الكريم المصدر الأول للخطاب الإعلامي، والصلة والسلام على نبينا الكريم، والله وأصحابه الطيبين..... وبعد:

واجه الأمة الإسلامية في العصر الحاضر مجموعةً من التحديات والصعوبات، وأمام هذا السيل الجارف منها، كان لا بد للأفراد والجماعات، لاسيما الدعاة وأولي الأمر منهم، أن يلموا بالقرآن الكريم وعلومه؛ كونه منهج الحياة، والمعرفة بالسنة النبوية وأساليبها، والسيرة بمختلف جوانبها؛ لأن النبي ﷺ هو القدوة الحسنة لكافة المسلمين، فقد قال تعالى: (لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا) (الأحزاب: 21).

وإضافةً لكل هذا، فلا بد من معرفة أحوال العصر وما فيه من تطورات، والتي من أبرزها وسائل الإعلام على مختلف أشكالها، فلإعلام دور بارز في معركة اليوم، حيث أصبح علماً له مقوماته ومعاهده، وفناً له مستلزماته وأدواته.

نلكم أنه لا يوجد في الدنيا كلها إعلام بلا هدف، ولا قيم، ولا منطاقات، وبكلمة مختصرة، لا يوجد إعلام بدون رسالة يحملها، ويسعى إلى تحقيقها، فالإعلام هو السفير.

وقد بلغ الإعلام في عصر الثورة المعلوماتية والسبق التكنولوجي شأنًاً عظيمًا، ووصل إلى درجة كبيرة من التأثير، بحيث أصبح قادراً على أن يزيف الباطل ويلبسه ثوب الحق، كما أصبح تطور وسائل الإعلام والاتصال، وقدرتها على جذب الجمهور، وإحداث التواصل الثقافي والحضاري بين الناس، من أهم الدلائل المادية على تطور الأمم.

ورغم الحالة المتردية للإعلام العربي عموماً، إلا أن ظهور الوعي الإسلامي بدأ ينعكس لدى المفكرين والعلماء، من أجل تسخير التكنولوجيا الحديثة؛ لبث الهوية الإسلامية، فظهرت العديد من الواقع الالكتروني، والإذاعات، والفضائيات؛ لأن عالمية الرسالة تقضي عالمية الخطاب، وعالمية الخطاب لا تبلغ مداها المطلوب ما لم تكن عندنا القدرة على فهم العالم بعقائده وثقافاته وتاريخه، وأساس كل هذا التعرف على أسس ومنطلقات الإعلام في الإسلام، وتبين ضوابطه ومقوماته، وأهميته وأهدافه.

لذا، فالحاجة ماسة لوجود إعلام ينطبق عليه وصف الإسلامى، يستمد ضوابطه ومقوماته وكافة أساليبه ووسائله من القرآن الكريم، إذ إن دراسة ذلك وتقعيد أصوله يعد بوابة رحبة لانطلاق الإعلام الإسلامي المنشود، كما أن الحاجة متزايدة إلى استنبات الطاقات المبدعة والموهوبة في عالمنا، والإعلام الإسلامي بحاجة إلى إحياء، لا إلى إنشاء، لأجل كل ما سبق

(ج)

تأتي هذه الدراسة، والتي بعنوان: الإعلام: مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم، دراسة موضوعية.

× أهمية الموضوع:

تبغ أهمية هذا الموضوع من خلال عدة نقاط، ذكر أهمها:

- (1) حاجتنا إلى دراسة عن الإعلام مرتبطة بالقرآن الكريم.
- (2) البحث في الإعلام الإسلامي، والذي أصبح موضوع العصر، وخطوة نقل من زمنآخر.
- (3) الإعلام اليوم هو مؤسسة حيوية تتقدم المؤسسات كلها، بل من خلاله تمارس المؤسسات الأخرى، بل الدول والشعوب دورها ونشاطها؛ لذا لا بد من مزيد اهتمام به.
- (4) لا بد من الاهتمام بالإعلام وما يقوم به من أدوار، وما يجب أن يلتزم به من ضوابط؛ لأن الحرب القادمة لن تكون حرباً عسكرية فقط، بل إعلامية.
- (5) المساهمة في إثراء المكتبة الإسلامية ببحوث تتعلق بالإعلام، وتتبع من القرآن الكريم.
- (6) إفاده الباحثين والمهتمين بالإعلام عموماً، والإعلام الإسلامي خصوصاً.

× أسباب اختيار الموضوع:

- (1) الأمر الرباني للMuslimين بقوله تعالى: (وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا أَسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ...) (الأنفال: 60)، ويعتبر الإعلام من أهم هذه القوى في مواجهة محاولات الغزو الغربي لبيوتنا ومجتمعاتنا، بما تبثه وسائل الإعلام العادمة.
- (2) من خلال عمل الباحثة في مجال الإعلام، لاحظت قلةً في عدد وسائل الإعلام الإسلامي مقارنة بغيره؛ بسبب اهتمام وسائل الإعلام بعرض ما يطلب الجمهور دون التركيز على احتياجاته الأساسية.
- (3) العمل على تسخير التكنولوجيا الحديثة بوسائلها المختلفة، في بث الثقافة والهوية الإسلامية، وفق النصوص القرآنية.
- (4) المساهمة بشكل إيجابي - ولو جزئياً - في خدمة الإعلام، والرقي به نحو الأفضل، من منظور إسلامي ديني.
- (5) معالجة القصور الموجودة لدى بعض الإعلاميين حول ما يستحق أن يكون إعلاماً إسلامياً.

(د)

(6) وجود بعض المؤلفين الذين سمحوا لأنفسهم بالحديث عن الإعلام في القرآن بشكل عام، دون أن يكون لهم مزيد خبرة في هذا المجال، ودون الرجوع إلى كتب التفسير والكتب الإسلامية المعتمدة، فمن باب أولى أن يتوجه أهل الاختصاص لهذا المجال.

× أهداف الدراسة:

- (1) نيل الأجر والثواب من الله عز وجل، من خلال خدمة القرآن الكريم والبحث فيه.
- (2) إثراء المكتبة الإسلامية ببعض المعلومات المفيدة حول الإعلام في القرآن الكريم.
- (3) التعرف على خصائص الإعلام الإسلامي، وأهدافه، وواقعه.
- (4) إيضاح الضوابط والمقومات التي ينبغي توافرها في الإعلام؛ ليكون إعلاماً إسلامياً ملتزماً.
- (5) بيان العلاقة بين القرآن الكريم والإعلام، وأن القرآن الكريم هو المرجع الأول والأهم للإعلام.

× الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة، وجدت العديد من الدراسات في مجال الإعلام، لكنها تناولت الحديث عن الإعلام من جانب تشريعي أو تربوي، وتکاد تكون معدومة تلك التي تناولت الإعلام في القرآن بصورة تفصيلية.

وعلى صعيد الدراسات الموجودة في مكتبات الجامعات الفلسطينية، وجدت الباحثة دراستين:
الأولى: دراسة بعنوان (الإعلام: ضوابطه وأحكامه الشرعية): مقدمة من الباحث حسام خليل عايش، كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في قسم الفقه المقارن بكلية الشريعة والقانون بالجامعة الإسلامية عام 2007م.

وأستهدفت الدراسة إفادة الباحثين وطلبة الإعلام الإسلامي، وكل من يرغب في الاطلاع على الأحكام الشرعية المتعلقة بالإعلام.

الثانية: دراسة بعنوان (الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي): مقدمة من الباحثة إيمان محمد بركة، كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في قسم الفقه المقارن بكلية الشريعة والقانون بالجامعة الإسلامية عام 2008م.

وأستهدفت الدراسة التعرف على الجرائم الإعلامية، وعقوباتها، والحديث عنها، من الوجهة الفقهية.

ودراستنا هنا، هي دراسة قرآنية موضوعية متخصصة، وليس فقهية، أو إعلامية عامة.

كما راسلت الطالبة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، والذي أفاد بعدم وجود أي معلومات متاحة حول هذا العنوان في قاعدة معلومات الرسائل الجامعية بالمركز.

× منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي الوصفي، وذلك تبعاً للخطوات المتعارف عليها في التفسير الموضوعي.

ويتمثل ذلك في النقاط التالية:

(1) التمهيد للموضوع، من خلال الحديث عن الإعلام من الجانب النظري: نشأته وتطوره، أهدافه وأهميته.

(2) جمع الآيات القرآنية التي ورد فيها لفظ الإعلام ونظائره، أو المتعلقة به بصورة مباشرة.

(3) توزيع الآيات على مباحث الدراسة وفصولها، وفق عناوينها، وارتباط الآيات بها.
أما أسلوب الباحثة في البحث، فكان يقوم على:

(1) كتابة الآيات مشكلة برواية حفص عن عاصم.

(2) عزو الآيات المستشهد بها إلى سورها، بذكر السورة ورقم الآية، وإيرادها في المتن عقب الآية مباشرة.

(3) الرجوع لأمهات كتب التفاسير القديمة والحديثة؛ لتفسير الآيات القرآنية.

(4) ذكر الأحاديث المتعلقة بالموضوع، مع تخريجها من مظانها، وبيان حكم العلماء عليها ما أمكن.

(5) توثيق المعلومات حسب الأصول المتعارف عليها، مع مراعاة الأمانة العلمية في النقل والتوثيق.

(6) نقل أقوال العلماء المتعلقة بموضوع البحث، مع عزوها إلى مصادرها الرئيسية.

(7) إثبات المراجع في الحاشية دون تفصيل، مبتدئاً بذكر اسم المرجع والمؤلف والجزء والصفحة، مع ذكر البيانات التفصيلية في ثبت المراجع.

(8) ترتيب المراجع في الحاشية اعتماداً على الأسبقية الزمنية، وفي حال كانت الكتب جميعها في العصر الحديث، قدم صاحب الدرجة العلمية الأعلى، فإن تساوت الدرجات العلمية للمؤلفين كان الترتيب أبجدياً.

(9) الإحالاة على ما تم ذكره، أو سيأتي بيانه؛ منعاً للتكرار.

(و)

(10) إعداد الفهارس اللازمة الخاصة بالموضوع؛ لتسهيل عملية المطالعة في البحث،

وهي كما يأتي:

- فهرس الآيات القرآنية حسب ترتيبها في القرآن الكريم.
- فهرس الأحاديث النبوية والآثار.
- ثبت المصادر والمراجع.
- فهرس الموضوعات.

٤ هيكليّة الدراسة:

قسمت الباحثة الدراسة إلى: مقدمة، وفصل تمهدّي، وثلاثة فصول، وخاتمة.

المقدمة

تشتمل على أهمية الموضوع، وأسباب اختياره، وأهداف الدراسة، والدراسات السابقة، ومنهجية الدراسة، وهيكليتها.

الفصل التمهيدي

مدخل إلى الإعلام

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: الإعلام نشأته وتطوره

المبحث الثاني: أهمية الإعلام، ومكوناته، و مجالاته

المبحث الثالث: المسئولية الإعلامية بين الأهداف والوظائف

الفصل الأول

تعريف الإعلام ومقوماته

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

المطلب الثاني: القرآن أساس الإعلام

المطلب الثالث: خصائص الإعلام في القرآن الكريم

(ز)

المبحث الثاني: مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن

و فيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: ورود مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن الكريم

المطلب الثاني: اللطائف المستفادة من ورود مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن

المطلب الثالث: الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم

المبحث الثالث: مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن

و فيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي

المطلب الثاني: مقومات العملية الإعلامية في القرآن

المطلب الثالث: معوقات العملية الإعلامية في القرآن

الفصل الثاني

ضوابط الإعلام في القرآن الكريم

و فيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: الضوابط بين الإرسال والتلقى

و فيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: ضوابط المرسل

المطلب الثاني: ضوابط الرسالة

المطلب الثالث: ضوابط الوسيلة

المطلب الرابع: ضوابط المتنافي

المبحث الثاني: الإعلام زمان السلم وضوابطه

و فيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمان السلم

المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمان السلم

المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمان السلم

المبحث الثالث: الإعلام زمن الحرب وضوابطه

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمن الحرب

المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمن الحرب

المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمن الحرب

الفصل الثالث

أساليب الإعلام وآثاره في ضوء القرآن الكريم

وفيه مبحثان:

المبحث الأول: الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن

المطلب الثاني: أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن

المطلب الثالث: الأداء وأساليبهم الإعلامية

المطلب الرابع: الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية

المبحث الثاني: آثار الإعلام في ضوء القرآن

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: أثر الإعلام في ترسیخ العقيدة

المطلب الثاني: أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات

المطلب الثالث: أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة

المطلب الرابع: أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأداء

الافتاتمة

تشتمل على أبرز النتائج، وأهم التوصيات، التي ستخلص لها الباحثة من خلال الدراسة.

وبينما يُبذَلُ جُهُودٌ بشريةً رغبةً كلَّ ما هو مُمكنٌ لِإيقافه، فإنَّهُ قاصرٌ عن بلوغِ رتبةِ الكمال، فـما كانَ من توفيقِ اللهِ، وما كانَ من خللٍ أو تقديرٍ من نفسيٍّ أو الشيطانِ.

وـاللهُ الموفقُ والهاديُ إلى سُوءِ السُّبيلِ.

الفصل التمهيدي

مدخل إلى الإعلام

? المبحث الأول:

الإعلام نشأته وتطوره

? المبحث الثاني:

أهمية الإعلام، ومكوناته، و مجالاته

? المبحث الثالث:

المسئولية الإعلامية بين الأهداف والوظائف

تمهيد

أصبح الإعلام بوسائله المتعددة، وبكل ما يقدمه حديث العصر؛ نتيجة سرعة تطوره، وكثرة وسائله، وعمق تأثيره، حتى بات يشكل الشغل الشاغل للعلماء والباحثين. وحين يكون الحديث عن مقومات الإعلام، وضوابطه، وأساليبه في القرآن الكريم، فلا بد من مدخل تمهيدي عن الإعلام؛ يفتح الطريق للحديث عن التفاصيل بصورة موسعة فيما بعد. إذ إن هناك مجموعة من التساؤلات التي ينبغي الإجابة عليها قبل خوض غمار هذه الرسالة:

(1) كيف نشاً الإعلام وتطور؟

(2) ما مدى أهمية الإعلام لنا؟

(3) مم يتكون الإعلام؟ وما أقسامه؟

(4) وما هي المسئولية الملقاة على وسائل الإعلام بمختلف أشكالها؟

تساؤلات عديدة، تحمل إجاباتها صفحات الفصل التمهيدي لهذه الرسالة.

المبحث الأول

الإعلام نشأته وتطوره

إن الناظر إلى أحوال العصر وما فيه من تطورات، يجد أن أبرزها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، من الصحف والجرائد، إلى المذيع، مروراً بالتلفاز والفضائيات والأقمار الصناعية، وانتهاءً بالإعلام الإلكتروني وصفحات الانترنت.

لكن وقفة واحدة للتدقيق في تاريخ الإعلام ونشأته، كفيلة بأن يدرك المرء أن الإعلام ليس ولد اللحظة، وأنه كان موجوداً منذ بدء الخليقة، ذلك أنه أسلوب من أساليب الاتصال بين البشر، ينبع من كون الإنسان مخلوقاً اجتماعياً بطبيعة، بحاجة إلى التعارف إلى غيره، وهذا ما أثبته القرآن الكريم في قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارِفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ حَسِيرٌ) (الحجرات: 13).

يقول صاحب الظلال: "يَا أَيُّهَا النَّاسُ، وَالَّذِي يَنْدِيكُمْ هَذَا النَّدَاءُ هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى، وَهُوَ يَطْلُعُكُمْ عَلَى الْغَايَةِ مِنْ جَعْلِكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ، إِنَّهَا لَيْسَ التَّنَاهُرُ وَالْخَصَامُ، إِنَّمَا هُوَ التَّعَارُفُ وَالْوَئَامُ، فَأَمَّا اختلاف الألسنة والألوان، واختلاف الطباع والأخلاق، واختلاف المواهب والاستعدادات، فتتوالى فتن لا يقتضي النزاع والشقاق، بل يقتضي التعاون للنهوض بجميع التكاليف وَالْوَفَاءُ بِجُمِيعِ الْحَاجَاتِ" ⁽¹⁾.

وهذا ما أكدته جمع من المفسرين عند تعرضهم لهذه الآية بالتفسيـر والبيان ⁽²⁾.

وما يجب أن نفهم به أكثر من غيره عند حديثنا عن هذه الآية في سياق الحديث عن الإعلام، هو ما أورده صاحب الأساس في التفسـير، حول علاقة سورة الحجرات بالسورة التي سبقتها، وهي سورة الفتح، حيث قال: "سورة الفتح بشرت بانتصار عالمي للإسلام، وهذا يقتضي أن تكون قضية الإخاء الإسلامي واضحة، وقضية الصلة بين الشعوب واضحة" ⁽³⁾. فإن هذا يحمل رسالة واضحة بأن تطبيق كافة ما جاء من تعاليم في هذه السورة، سيقود لنصرة الإسلام، ومن ضمن هذه التعاليم أن تكون العلاقات الإنسانية للتـعارف، الذي ينبغي أن يؤدي إلى تعاضد وتنافـر، وليس إلى تناحر واختلاف.

⁽¹⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 3348/6.

⁽²⁾ انظر: محاسن التأويل - محمد جمال القاسمي - 5469/15، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 642/2، صفوـة التفاسـير - محمد علي الصابوني - 219/3.

⁽³⁾ الأساس في التفسـير - سعيد حوى - 5441/9.

وكان في ذلك رسالة للقائمين على وسائل الإعلام كافة، بأن يكون ما يقدموه سبلاً للتوحد لا للتفرق، فهذا من أهم خصائص الإعلام الإسلامي، وهو كذلك من ضوابطه ومقوماته الهمامة، الأمر الذي سيأتي إيضاحه مفصلاً في الصفحات القادمة.

الإعلام إذن أمر هام في حياة البشر كافة، ظهر معهم منذ بداية خلقهم، وهذا بارز في قوله تعالى: (وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةَ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا تَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيُسْفِكُ الدَّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُتَقدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ & وَعَلَمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنِّيُ شُوْنِي بِالْأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ & قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ & قَالَ يَا آدَمُ أَنِّي بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَاهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ اللَّهُ أَعْلَمُ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ مِمَّا غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضُ وَأَعْلَمُ مَا تُبَدِّونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ) (البقرة: 30 - 33).

فاللسطان المستعملان هنا (علم، أنس)، كلاهما مرتبطة بالإعلام، فال الأول مشتق من نفس الجذر الثلاثي لكلمة الإعلام، والثاني يتعلق بإحدى وظائف الإعلام، وهي الوظيفة التعليمية، التي بينها تعالى في موضع آخر بقوله: (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا لِسَانَ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضْلِلُ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْزِيزُ الْحَكِيمُ) (إبراهيم: 4).

ونظرة سريعة على أحوال الأمم السابقة، كفيلاً أن تبرهن لنا على قدم الإعلام بقدم الزمان، إذ يصعب على المرء الحياة مع الاكتفاء بأخباره أو أخبار أسرته المحدودة فقط، بل إنه يسعى للاتصال بالغير؛ لمعرفة أخبار الجميع.

وقد تطورت وسائل الإعلام المستخدمة في ذلك الحين؛ بغرض الإعلام والإخبار، قبل تطور الكتابة، فاستعملوا النار ودخانها، والطبول والأجراس، والإشارات، ثم استعملوا النحت والكتابة على الجرمان؛ لتسجيل أحداث المعارك وتسطير الانتصارات؛ لإعلام الأجيال التي تليهم بما حدث معهم، وهو ما كان موجوداً بصورة واضحة لدى الفراعنة، وفي العراق⁽¹⁾.

ومع مرور الزمان، تطورت وسائل الإعلام، واتخذت أشكالاً أخرى جديدة، من بينها:

- 1) معرفة الأوقات، وأحوال الطقس، ومواضع الكلاً والعشب، والاهتداء حال السفر، كل ذلك من خلال النجوم، قال تعالى: (وَعَلَامَاتٍ وَبِالنَّجْمِ هُمْ يَهْتَدُونَ) (النحل: 16).
- 2) استشارة الحكماء والوجهاء في أحوال القبيلة والعشيرة.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محبي الدين عبد الحليم - (ص: 12)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف محبي الدين أبو هلال - (ص: 8)، الرأي العام والإعلام والدعائية - د. هاني الرضا ودر. رامز عمار - (ص: 94)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 16، 19).

(3) الدور التعليمي الذي يمارسه المتخصصون؛ لتنشئة الصغار ⁽¹⁾. وفي العهد اليوناني، كان إعلامهم يتم من خلال الخطابة والمناقشة؛ بغرض التأثير في الناس ⁽²⁾.

ولدى الرومان، ظهر نوع جديد من وسائل الإعلام، تمثل في الرسائل التي حملها المبشرون المسيحيون لكافة البلاد، وهو ما أدرجه المختصون تحت الإعلام الديني، الهدف لنشر السلام ومنع الحروب ⁽³⁾.

وبالانتقال إلى الجاهلية قبل الإسلام، فقد كان لديهم نوعان من الاتصال، ترتب عليهما عدّة وسائل إعلامية، وهما:

أولاً: الاتصال والإعلام الداخلي: الذي كان يتم عن طريق الشعر والخطابة، والندوات، والأسواق، فكثرت الأسواق لديهم، وكان من أبرزها سوق عكاظ، وكانت المكافأة للمتميزين فيها أن تعلق أشعارهم على أستار الكعبة.

ثانياً: الاتصال والإعلام الخارجي: الذي تمثل في التجارة من أجل كسب الرزق، والاتصال بالإمارات المختلفة التي أنشأها الفرس والروم على الحدود المتاخمة لجزيرة العرب، إضافة إلىبعثات اليهودية والنصرانية التي انتهت بها المطاف بالاستقرار في الجزيرة العربية، وأخيراً الحروب التي حملت معها العديد من الثقافات الجديدة.

أما الإذاعة، فقد عرفت لدى العرب في الجاهلية، لكنها لم تكن - بطبيعة الحال - كالصورة التي هي عليها الآن، وتمثلت في شخصية المنادي، الذي كانت وظيفته الانتقال من مكان لآخر؛ بهدف إذاعة الأخبار ⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د.محبي الدين عبد الحليم - (ص: 11)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 17).

⁽²⁾ انظر: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - د.فؤاد عبد المنعم البكري - (ص: 20)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د.يوسف محبي الدين أبو هلاله - (ص: 9).

⁽³⁾ انظر: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - د.فؤاد عبد المنعم البكري - (ص: 19)، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د.محبي الدين عبد الحليم - (ص: 13)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د.يوسف محبي الدين أبو هلاله - (ص: 9)، علم اجتماع الإعلام - د.جباره عطيه جباره - (ص: 19).

⁽⁴⁾ انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د.محمد عبد القادر حاتم - (ص: 63)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د.زاهر زكار - (ص: 85)، وسائل الاتصال السياحي - د.نعميم الظاهرو ود.عبد الجابر تيم - (ص: 53)، مقومات رجل الإعلام الإسلامي - تيسير محجوب الفتياوي - (ص: 39، 60)، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موفق الغلاياني - (ص: 36).

ولما جاء الإسلام، أبقي بعض هذه الوسائل، وألغى بعضها الآخر، وأرسى بعض الدعائم، وبيان ذلك، أنه:

- (1) أبقي الشعر، الذي اشتغل المسلمين بخير منه بعد ذلك، وهو القرآن الكريم.
- (2) أبقي الخطابة، التي كان لها دورها التأثيري في ذلك الحين.
- (3) بين الكيفية التي ينبغي أن يكون على أساسها معرفة الأخبار، فقال تعالى: (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنْ الْأَمْنِ أَوِ الْخُوفِ أَدْعُوهُ إِلَيَ الرَّسُولِ وَإِلَى أُولَى الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعِلمَهُ الَّذِينَ يَسْتَطِعُونَهُ مِنْهُمْ ...) (النساء: 83).
- (4) أوضح أهمية التثبت من الأخبار بعد معرفتها، ومثال ذلك قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصْبِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6) ⁽¹⁾.
- (5) حدد معايير النشر، فحرم بعض الجرائم كالغيبة، والنسمة، والكذب، والغش، وشرع حد القذف، وحرّم كل ما يخالف العقيدة.

٧ أبرز دعائم الإعلام في العهد الإسلامي:

- (1) نشاط اليهود ونشركي العرب قبل ظهور الإسلام: حيث كان اليهود يخبرون الأوس والخرزوج أن نبياً سيظهر في آخر الزمان، سيتبعونه ويقاتلونهم معه ويقتلونهم كقتل عاد وإرم، ثم بحث الأوس والخرزوج عن هذا النبي، حتى ظهر في قريش.
- (2) طبيعة الإسلام ونظامه الجديد: فقد بدأت الدعوة سراً، ثم أصبحت جهراً، وكان الناس يتناقلون أخبارها، فتساءل بعضهم عنها، واتجه ليسمع من صاحبها ^٢، حتى أقبل بعضهم، وانشرح صدره لهذا الدين.
- (3) نشاط النبي ^٢: حيث بذل الجهد في تبليغ الرسالة ونشرها، مرتاحاً لكافة المناطق، عارضاً نفسه على الوفود، حتى قامت الدولة واتسعت رقتها.
- (4) نشاط المؤمنين وأمهات المؤمنين والصحابيات: الذين بذلوا جهداً كبيراً في بيان العقيدة الإسلامية، وإيضاح مبادئ الرسالة الإسلامية، فحرصوا جميعاً على حضور المجالس النبوية، وإبلاغ من وراءهم ما جاء فيها، حتى بلغوا أحكام الإسلام على أكمل وجه.
- (5) أسواق العرب ومواسمهم: التي لم يدعها النبي ^٢ منذ بدء المرحلة الجهرية من الدعوة، فكان يذهب إليها؛ ليلتقي من فيها، ويدعوهم إلى الرسالة الإسلامية بمختلف السبل.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 13)، وسائل الاتصال السياسي - د. نعيم الظاهري ود. عبد الجابر تيم - (ص: 53)، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موفق الغلاياني - (ص: 37).

(6) بعض الأحداث الهامة في تاريخ الدعوة: التي كان لها أثرها الإعلامي، ومنها: حادثة الإسراء والمعراج التي أدت لنشاط المسلمين في أمر دعوتهم؛ ردًا على افتراءات مشركي مكة، والهجرة إلى الحبشة، والمدينة المنورة، والرحلة إلى الطائف، وما ترتب عليها من أخبار إعلامية هامة، وكذلك: صلح الحديبية الذي كان له آثاره البالغة في الرسالة الإسلامية، وسيادة العدل، ودحر الظلم، وعمره القضاء، وجنة الوداع، والغزوات، والمواجهات مع الأعداء داخل المدينة وخارجها، فجميعها أحداث هامة، ترتب عليها أهم النتائج الدعوية والإعلامية.

(7) إرسال الوفود الإعلامية للMuslimين إلى خارج مكة المكرمة: للنجاة من أذى المشركين، وإبلاغ الدعوة، ومن ذلك الهجرة الأولى إلى الحبشة⁽¹⁾.

٧ مراكز ومحطات الإعلام:

كانت في ذلك الوقت كثيرة؛ نتيجة إرسال النبي ﷺ ثم الخلفاء والأمراء من بعده للرسل؛ بغرض إبلاغ أهل البلاد وإرشادهم، حتى كثرت الفتوحات وعمت، وانتشر الإسلام في شتى بقاع المعهودة، ومنها:

(1) دار الأرقم بن أبي الأرقم: التي بدأت فيها الدعوة، وكانت ملتقى النبي ﷺ بأصحابه.
 (2) البيت العتيق: الذي كان محطة التقاء النبي ﷺ بكلمة الوافدين من مختلف المناطق، وكان المنصة التي أعلن منها بدء الدعوة الجهرية.

(3) المسجد: وكان ذا رسالة إعلامية كبيرة وهامة، فمنه ينطلق الأذان، وفيه تقام الصلوات، وتعقد مجالس العلم والذكر، واستقبال الوفود، وتوجيهه الحروب، وغير ذلك كثير.

(4) بعض البلدان والمراكز الإسلامية، مثل: (المدينة المنورة، مكة المكرمة، الكوفة، البصرة، الشام، مصر، المغرب، الأندلس، اليمن، جرجان، قزوين، خراسان)⁽²⁾.

وكان من أبرز وسائل الإعلام وأنشطته في العهد النبوي، وما تلاه، الرحلة لطلب العلم⁽³⁾، وكان لها أثرها الواضح في انتشار الرسالة الإسلامية، وتوثيق الصلة بين المسلمين.

أما عهد الخلفاء الراشدين، وما تلاه من عهود، أمثل: الدولة الأموية، ثم العباسية، والمملوكية، والفارطمية، والأيوبيّة، والعثمانية، وغيرها، كانت وسائل الإعلام فيها كالآتي:

(1) القصيدة الشعرية: التي كان لها دورها في الإعلام وال الحرب النفسية ومناهضة العداون.
 (2) الخطابة: كالخطب الدينية والسياسية، الهدافة للحث على القتال وطرد الاحتلال.

⁽¹⁾ أصوات على الإعلام في صدر الإسلام - د. محمد عجاج الخطيب - (ص: 23 - 61) بتصرف.

⁽²⁾ المرجع السابق - (ص: 63 - 76) بتصرف.

⁽³⁾ المرجع السابق - (ص: 77 - 82) بتصرف.

(3) الأذان: وقد شرع في السنة الأولى من الهجرة النبوية⁽¹⁾، حيث كان المؤذن فيما سبق يقوم بنشر الأخبار والمعلومات من منابر المساجد وماذنها.

(4) الوفود والبعثات: التي كان لها تأثير إيجابي عميق، نتج عنه دخول الكثير في الإسلام، حتى استغلها المستشرقون بعد ذلك، فأكثروا من البعثات التبشيرية الاستشراقية، التي كانت توطنها لاحتلال بلاد المسلمين.

(5) المناظرة وتبادل الحجج: من أجل إيصال المعلومات والإقناع⁽²⁾. وفي عصرنا الحاضر، تطورت وسائل الإعلام بصورة ملحوظة، بدءاً بالطباعة والتلغراف، حتى الراديو والسينما والتلفاز، مروراً بالكتب والصحف، وانتهاءً بالأقمار الصناعية والانترنت⁽³⁾.

ويرجع هذا التطور الهائل، إلى مجموعة من العوامل، منها:

- 1) استخدام الأساليب المتطرفة في التخطيط الإعلامي، وتنفيذ الخطط على كافة المستويات.
- 2) استقادة العمل الإعلامي من التقدم البحثي، وتقدم المتابعة والتقويم.
- 3) الثورة الصناعية التي أدت إلى خلق مجموعة من قنوات الاتصال؛ بغرض خدمة أهدافها، وإدارة رغبات الناس واحتياجاتهم.
- 4) ثورة الاتصالات التي ترتب عليها ظهور ثورة معلوماتية معاصرة، انتهت بثورة الاتصالات والأقمار الصناعية، ونظام الإعلام الشامل.
- 5) تطور أجهزة النقل، مما أدى إلى توزيع أعداد كبيرة من الصحف في مختلف المناطق النائية⁽⁴⁾.

وبالنظر إلى هذه المراحل المتنوعة، لا بد من ملاحظة أمرين هامين، هما:

• الأول: الفرق بين وسائل الإعلام في مختلف مراحلها، من ناحية:

- 1) تغير شكل العمل الإعلامي؛ نتيجة المخترعات الحديثة.
- 2) اعتماد مصطلح (الإعلام) للدلالة على جوانب الاتصال بمختلف أشكالها.

⁽¹⁾ انظر: فقه السنة - سيد سابق - 77/1 .

⁽²⁾ مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 83 - 86) بتصرف.

⁽³⁾ انظر: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - د. فؤاد عبد المنعم البكري - (ص: 21)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف محبي الدين أبو هلاله - (ص: 14)، وسائل الاتصال السياحي - د. نعيم الظاهري ود. عبد الجابر تيم - (ص: 54).

⁽⁴⁾ انظر: الرأي العام والإعلام والدعائية - د. هاني الرضا ود. رامز عمار - (ص: 95)، علم اجتماع الإعلام - د. حميد حامد التليمي - (ص: 35، 38)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 17).

- (3) تعاظم القوة التأثيرية لوسائل الإعلام بما كانت عليه في السابق.
- (4) اختلاف النمط الإعلامي باختلاف المجتمعات واختلاف الثقافات وأنظمة الحكم، فالإعلام الإسلامي يختلف عن الإعلام الرأسمالي والاشتراكي، وغيرهما.
- (5) لم تكن ممارسة الإعلام قدّيماً مرتبطة بمنهج أو تنظيم عملي أو تقنية محددة.
- (6) كانت وسائل الإعلام فيما سبق وسائل فطرية، تسعى لإشباع حاجات الإنسان الفطرية⁽¹⁾.

• الثاني: مدى اهتمام الإسلام بالإعلام، وتجلّى ذلك من خلال:

- (1) تطوير الكلمة كوسيلة بلاغ وبيان.
- (2) تطوير الخطابة، وشخصيّص مناسبات لها، سواءً أكانت أسبوعية، أم سنوية، أم لظروف طارئة.
- (3) نطوير التغطية الإعلامية لموسم الحج و المناسبات، و تشريع الأذان خمس مرات يومياً.
- (4) فرض الجهاد كنشاط رديف للدعوة و ترسیخ الأمان، قال تعالى: (كُتبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهٌ لَكُمْ وَعَسَى أَن تَكْرَهُوا شَيْئاً وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَن تُحِبُوا شَيْئاً وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (البقرة: 216).
- (5) إيجاب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، كوسيلة مؤثرة، قال تعالى: (وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ) (آل عمران: 104).
- (6) تطوير بعض ما كان معروفاً في الجاهلية، كالشعر، والأسواق، والمناداة، وغيرها⁽²⁾.

وخلاصة كل ما سبق:

أولاً: الإعلام ليس أمراً حديثاً، بل هو قديم يقدم البشرية، ظهر مع نشأتها، ومر بمراحل عدة، انتهت به إلى صوره المعهودة في عصرنا الحاضر.

ثانياً: تتقسم وسائل الإعلام إلى قسمين:

- (1) وسائل إعلام تقليدية: وتشمل: الخطابة، المناظرة، الشعر، الإشارة، وغيرها.
- (2) وسائل إعلام حديثة: وتتضمن: التلفاز، والمذياع، والصحف، والأقمار الصناعية، وغيرها.
- وما ينبغي الانتباه له، أنه مهما تطورت وسائل الإعلام، فلا بد من استغلالها بالطريقة المثلثة، وأن نسخرها لخدمة أهدافنا ومبادئنا، ونشر تعاليم ديننا، وليس لخدمة أهداف عدونا.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د.محبي الدين عبد الحليم - (ص: 14)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 21).

⁽²⁾ انظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 22).

المبحث الثاني

أهمية الإعلام، ومكوناته، و مجالاته

أولاً: أهمية الإعلام:

يتمثل الإعلام الإسلامي جسراً له أهميته البالغة في تواصل البشر، وتتبع هذه الأهمية من الدين الإسلامي نفسه، فهو دين دعوة، ودين إعلام، "وما الإعلام الإسلامي إلا الوجه المعاصر للدعوة الإسلامية، وما الفرق بينهما إلا حداثة كلمة الإعلام، وعرافة كلمة الدعوة"⁽¹⁾. ولهذا فإن الحديث عن أهمية الإعلام وتحديداً الإسلامي، لا يكتمل إلا من ناحيتين:
الأولى: أهمية الإعلام كامتداد للدعوة:

إن الإعلام الإسلامي هو الدعوة الإسلامية بمصطلحها المعاصر، حتى قيل: "إذا أردنا أن نقمع العالم بالدين الإسلامي كدعوة عالمية، لا بد أن يكون ذلك من خلال إعلام قوي، يستفيد مما وصل إليه التقدم المذهل في صناعة الاتصال"⁽²⁾، لذا، تكمّن أهمية الإعلام في النقاط التالية:

1) الإعلام هو الامتداد المعاصر لدعوة أتباع النبي ﷺ، ومن يتخاصل لا يعد قائماً بواجباته تجاه الدعوة؛ لقوله تعالى: (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ) (يوسف: 108).

2) الإعلام واجب شرعي لإنقاذ البشرية من التخبّط والعمى؛ لأنّه يحمل نفس أهمية الدعوة إلى الله تعالى وحكمها، فقد قال تعالى: (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الإِثْمِ وَالْعُدُوانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ ...) (المائدة: 2)، كما قال تعالى في نفس السورة: (لَعْنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاؤُودَ وَعِيسَى ابْنِ مَرِيمٍ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ & كَانُوا لَا يَتَنَاهُونَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ لِبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ) (المائدة: 78، 79)⁽³⁾، فقد دلت هذه الآيات بمفهومها على وجوب الدعوة، كما دلت بعض أحاديث النبي ﷺ بمنطقها على ذلك، ومنها: ما رواه عبد الله بن عمر عن النبي ﷺ أنه قال: (بلغوا عنّي ولو آية، وحدثوا عنّي إسرائيل ولا حرج، ومن كذب علىّ متعمداً

⁽¹⁾ الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د.محي الدين عبد الحليم - (ص: 5).

⁽²⁾ مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الإعلام الإسلامي بين النظرية والتطبيق - عاطف شحاته زهران - العدد (306) - (ص: 110) - جمادى الآخرة 1410هـ / يناير 1990م.

⁽³⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام - د.سيد محمد ساداتي الشنفيطي - (ص: 11).

فليتبواً مقعده من النار) ⁽¹⁾، كما روى حذيفة بن اليمان أن النبي ﷺ قال: (والذي نفسي بيده لتأمُرُنَ بالمعروف ولتنهوُنَ عن المنكر أو ليوشكَنَ الله أن يبعث عليكم عقاباً من عنده ثم تدعونه فلا يستجاب لكم) ⁽²⁾.

(3) إن مستقبل الرسالة الإسلامية سيكون عالمياً من خلال الاستخدام الصحيح للوسائل الإعلامية المعاصرة، وتسخيرها في الدعوة إلى الله ﷺ.

(4) ما يترتب عليه من خير وصلاح للبشرية، حين يتأثر المدعو بما يعرض له، والوسائل المستخدمة في إقناعه، فيحقق الإعلام ثمرته المرجوة ⁽³⁾.

الثانية: أهمية الإعلام الإسلامي:

نال الإعلام الإسلامي أهمية بالغة في خدمة الإسلام والمسلمين، باعتباره الوسيلة الفاعلة لهذا الدين، وتظهر هذه الأهمية فيما يلي:

(1) إيمانه العميق الواعي بالإسلام، وغرسه ذلك في نفوس الإعلاميين، بما يدفعهم للتضحية في سبيل تحقيق أهدافهم.

(2) تتمتع بخصائص قرآنية واسعة الأبعاد، تتفاعل بواقعية مع الأحداث وملحوظتها.

(3) تجرده من كل المصالح الشخصية أو التبعية؛ من أجل إيصال الحقائق.

(4) استعماله للأسلوب البديلة عند العمل على إصلاح الظواهر المنحرفة.

(5) التزامه بالأخلاقيات الإسلامية؛ للسير بالإنسان نحو الأهداف الرئيسية له.

وتزداد هذه الأهمية، مع الواقع المعاصر للعالم الإسلامي، الذي يشهد تكالباً من أعدائه، حتى بات محاصراً بقوى الشر، التي تسخر كافة الجهود لتحقيق أهدافها، فلجأت للإعلام، لما له من مقدرة تأثيرية إقناعية ⁽⁴⁾.

يضاف لكل ما سبق، أهمية الإعلام كأحد جوانب العملية الاتصالية:

(1) الدور البارز الذي يقوم به الإعلام في البلاغ، والتأثير على الجمهور، سواءً كان إعلاماً إيجابياً بناءً، أم كان إعلاماً سلبياً هاماً، يسير على خطى الأوامر الإلهية، التي وردت في قوله تعالى: (وَلَا ضلَّنَهُمْ وَلَا مُنِيهُمْ فَلَيَبْتَكِنَ آذَانَ الْأَنْعَامِ وَلَا مُرْنَهُمْ فَلَيَغْيِرُنَ خَلْقَ اللَّهِ وَمَنْ يَتَّخِذُ الشَّيْطَانَ وَلِيَّاً مِّنْ دُونِ اللَّهِ فَقَدْ خَسِرَ خُسْرَانًا مُّبِينًا) (النساء: 119).

⁽¹⁾ أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب أحاديث الأنبياء - بباب ما ذكر عن بنى إسرائيل - (حديث رقم:) - .

⁽²⁾ أخرجه الترمذى في سننه - كتاب الفتن عن رسول الله - بباب ما جاء في الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر - (حديث:) - - قال أبو عيسى: حديث حسن.

⁽³⁾ الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها - د. يحيى علي الدجني - (ص: 7 - 35) بتصرف.

⁽⁴⁾ انظر: مقابل: الأهمية التي يكتسبها الإعلام الإسلامي -

<http://www.startimes2.com/f.aspx?t=1579464>

(2) وجوب إيجاد وسيلة اتصال للتعبير عن القوة المؤثرة؛ لأن الحياة الإنسانية بشكل عام هي استجابة لمؤثرات ودافع⁽¹⁾.

(3) وجود المجتمعات واستمرارها معتمد على تأثير الناشئين بالكبار، والاستفادة من آرائهم وخبراتهم، وهذا لا يتم إلا بالاتصال والإعلام.

(4) حياة الناس في جماعة متوافقة يكون من خلال القدر المشترك فيما بينهم من الأهداف والمعلومات، والإعلام له دوره البارز في إكسابهم ذلك القدر المشترك.

(5) الإعلام وسيلة لاتساع خبرات الأفراد، مما يؤثر بعدها على الحياة الاجتماعية، والعملية الاتصالية، وكلما ازداد تقدم المجتمع، كلما أصبح الإعلام أكثر أهمية⁽²⁾.

ثانياً: مكونات الإعلام:

تمر العملية الإعلامية بثلاث مراحل رئيسة، هي:

- أولاً: استقبال المعلومات والمعارف المختلفة.

- ثانياً: الانتقاء من بين هذه المعلومات، وتحويلها لمواد خام صالحة للبث، وهي مرحلة تختلف وفق سياسات المحطات الإعلامية؛ لذا يصفها البعض بأنها مرحلة غير موضوعية.

- ثالثاً: إرسال المعلومات لكافة الجمهور المتلقى⁽³⁾.

ومن الطبيعي ألا تتحقق هذه المراحل من تلقاء نفسها، إذ لا بد من وجود عناصر مكونة لها، جمعها بعض الإعلاميين في عبارة "من؟، يقول ماذا؟، بأي وسيلة؟، إلى من؟، وبأي تأثير؟"⁽⁴⁾، ليتضح أن العملية الإعلامية تقوم على خمسة مكونات أساسية، هي: (المرسل، الوسيلة، الرسالة، المتلقى، الأثر).

ولمزيد إيضاح لهذه المكونات، سنقف مع كل مكون وقفة خاصة، وذلك فيما يلي:

أولاً: المرسل:

وهو مصدر المعلومات، أو القائم بالاتصال، أو منشئ الرسالة، ويعتبر الإنسان هو العنصر الأساسي في عملية الاتصال، فالقائم بالاتصال في العملية الإعلامية شامل لكافة من يشتغلون في إعداد الرسالة الإعلامية.

⁽¹⁾ انظر: المدخل إلى وسائل الإعلام - د. عبد العزيز شرف - (ص: 73).

⁽²⁾ انظر: الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية - د. محمد محمود مهدي - (ص: 174)، الإعلام نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف أبو هلاله - (ص: 20)، السيرة النبوية والإعلام الإسلامي - أمينة الصاوي وآخرون - (ص: 17)، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية بالتطبيق على إثيوبيا - حمدي الليثي - (ص: 149) - محرم 1404هـ / أكتوبر 1983م.

⁽³⁾ الإعلام العربي المعاصر مفهومه ورسالته وقضاياها - د. أحمد كامل - (ص: 10، 11) بتصرف.

⁽⁴⁾ الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحليم - (ص: 24).

ويعتبر القائم بالاتصال عنصراً قوياً ومؤثراً في هذه العملية، إذ إن مدى إيمانه بما يقدمه ينعكس على تأثير الرسالة على المتلقى، وللهذا كان لابد من توافر مجموعة من الصفات في القائم بالإعلامية الإعلامية، منها:

- 1) الطلاقة اللغوية، والبلاغة في عرض المعلومات؛ حتى تصل للمتلقى في أحسن صورة.
- 2) المنطق السليم، الذي يساعد على الإقناع والتأثير، وعرض المعلومات بصورة مترابطة.
- 3) المعلومات الشافية حول موضوع الرسالة الإعلامية؛ ليتمكن من المناقشة وال الحوار، ومن هنا يتبيّن فائدة شبه الجملة (على بصيرة) في قوله تعالى: (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوكُمْ إِلَىٰ اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَاٰ وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ) (يوسف: 108)، وللهذا يتكرر دوماً لدى الإعلاميين قاعدة (اعرف شيئاً عن كل شيء، واعرف كل شيء عن شيء) ⁽¹⁾.

ثانياً: الرسالة:

وهي الفكرة التي تحملها الرموز والعبارات، فالكلام رسالة، والكتابة رسالة، والرسم رسالة. وحتى تصل الرسالة للمتلقى، لا بد من مرورها بعدة مراحل، هي:

- 1) تخطيط المعنى: حين تأتي الفكرة للقائم بالاتصال، سواءً من خلال المجتمع وقضاياها، أو من خلال حياته وتجاربه الشخصية، أو من خلالهما معاً.
- 2) تحويل المعنى إلى رمز: وتعني صياغة الفكرة في صورة معينة، حتى تخرج إلى المستمع، أو القارئ، أو المشاهد.
- 3) إرسال الرسالة للمتلقى: بعد أن تكون قد وصلت إلى مرحلتها النهاية ⁽²⁾.

وتنقسم المواد التي تبثها الرسائل الإعلامية إلى:

- 1) المواد الإخبارية: التي تشمل الإخبار عن الأحداث، وما يعقبها من تحليل وتقسيل.
- 2) المواد الثقافية: التي تعبر عن رسالة أو قضية معينة، وتعمل على طرحها وإيجاد الحلول لها، وتحتخص في وسائل الإعلام الإسلامي بقضايا الأمة الإسلامية.
- 3) المواد الترويحية: التي تهدف الترويج عن النفوس؛ نتيجة ما تلاقيه من أعباء الحياة، وذلك عن طريق القصص الهداف، أو الأناشيد المعبرة، والقصائد المؤثرة ⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 76)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح الدين حماد ود. أحمد حماد - (ص: 16)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 40).

⁽²⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتكفل - (ص: 17).

⁽³⁾ التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 108 - 111) بتصرف.

ولكي تكون هذه الرسالة ناجحة مؤثرة، لا بد من توافر مجموعة من المقومات، سيتم الحديث عنها في الفصل القادم بإذن الله ع.

ثالثاً: وسيلة الاتصال:

وقد اختلف العلماء حول المصطلح الذي ينبغي أن يطلق على هذه الوسائل، فمنهم من أسمها (أجهزة الإعلام)، فيما أسمها البعض الآخر (وسائل الاتصال الجماهيري).

ثم اختلفوا بعد ذلك في تقسيمها، فمنهم من قسمها إلى قسمين، هما:

(1) الأجهزة والوسائل القديمة وال الحديثة المعتمدة على الكلمة المكتوبة أو المطبوعة: كالمطبوعات، والمجلات، والصحف، وغيرها.

(2) الأجهزة والوسائل القديمة والحديثة المعتمدة على الكلمة المنطقية أو المسموعة: سواءً أكانت مصورة كالتلفاز، أم مسموعة فقط كالذياياع.

ومنهم من صنفها حسب الحواس التي تعتمد عليها، فخرجت بثلاثة أقسام:

(1) وسائل إعلام بصرية: تعتمد على حاسة البصر، كالصحف، والمجلات، والمطبوعات.

(2) وسائل إعلام سمعية: تعتمد على السمع فقط، كالخطابة، والإذاعة، والتسجيلات.

(3) وسائل إعلام سمعية بصرية: تعتمد على حاستي السمع والبصر، كالسينما، والتلفاز، والمؤتمرات، وغيرها⁽¹⁾.

من خلال ما سبق، يتضح أن هذه الوسائل تتتنوع وتتعدد؛ لتحقيق أهداف معينة، وكانت حكمة الدين الإسلامي أن ترك المجال واسعاً أمام المسلمين؛ ليختاروا الوسيلة التي تلائمهم، مع مراعاة اختيار الوسيلة الأكثر انتشاراً والأكثر جذباً للجمهور، حيث قال عليه السلام: (أنتم أعلم بشئون دنياكم)⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 81)، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية - د. محمد محمود مهدي - (ص: 105)، الإعلام العربي المعاصر مفهومه ورسالته وقضاياها - د. أحمد كامل - (ص: 25، 26)، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 272)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 43)، وسائل الاتصال السياحي - د. نعيم الظاهري ود. عبد الجابر تيم - (ص: 51)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 125).

⁽²⁾ أخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الفضائل - باب وجوب امتنال ما قاله شرعاً دون ما ذكره صلى الله عليه وسلم من معايش الدنيا على سبيل الرأي، (حديث: 2363)، (ص: 922).

رابعاً: المتنلقي:

وهو الشخص الذي يتلقى الرموز، ويحللها لمضامين مشتركة بينه وبين المرسل، والمستقبل هو الإنسان أيّاً كان؛ نظراً لعموم الرسالة للبشر كافة، حيث قال تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَكُنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (س١: 28).

ومن أجل تحقيق التأثير في الجمهور، لا بد من دراسة خصائص المتنلقي، والعمل على إيصال رسالة تتوافق مع هذه الخصائص المتعددة، وهي:

(1) **خصائص اجتماعية:** ترتبط بالمكانة الاجتماعية، وينقسم الناس فيها إلى قادة وعامة، والقسم الثاني منها هو الأكثر استجابة وتأثيراً.

(2) **خصائص ديمografية:** وهي الخصائص المرتبطة بالخصوصيات الأولية للأفراد، من ناحية الجنس (ذكور وإناث)، والسن (أطفال، مراهقون، شباب، شيوخ)، والتعليم.

(3) **خصائص نفسية:** تتمثل في الصفات الفردية المتصلة بشخصية الإنسان، التي تؤثر على قبوله أو رفضه للوسيلة الإعلامية^(١).

(4) **خصائص دينية:** وترتبط بكون الشخص مسلماً أم يهودياً أم نصرانياً، أو غيرها.

(5) **خصائص ثقافية:** ترتبط بمقدار الثقافات والوعي العلمي لدى الأفراد.

خامساً: التأثير:

ويسمى رجع الصدى، أو التغذية الراجعة، ويعني: رد فعل المتنلقي على الرسالة.

وردة الفعل لها عدة أشكال:

(1) فهم الرسالة والإكتفاء بذلك، ما يعني عدم وجود تغذية راجعة.

(2) فهم الرسالة والعمل بمقتضاهما، وهذا يشجع على استمرار قيام الوسيلة الإعلامية بأدوارها.

(3) فهم الرسالة وعدم الاقتناع بها، والعمل بضدها.

(4) عدم فهم الرسالة، مما يتطلب من وسائل الإعلام إعادة بثها بصورة أوضح^(٢).

(5) فهم الرسالة والاقتناع بها، مع العمل بضدها.

(6) عدم فهم الرسالة ولا الاقتناع بها، والعمل بضدها.

ويزداد حجم التأثير مع الاتصال الشخصي، ويقل كلما ازداد عدد الجمهور في حالات الاتصال الجماهيري.

^(١) انظر: مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 45)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 145).

^(٢) انظر: مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 46).

وسائل الإعلام ليست جميعها على نفس الدرجة من التأثير؛ لأن كل وسيلة لها خصائصها المميزة لها عن الوسائل الأخرى، وبيان ذلك:

1) الاتصال الشخصي: يعتبر من أهم الوسائل؛ لأن عرض المعلومات فقط قد لا يقنع المتلقي، فيحتاج لمن يتناقش معه بعدها ليصل إلى قناعة تامة، وهذا ما كان مطبيقاً أيام النبي ﷺ، حين اعتمد اللقاء الشخصي باللوفود وغيرهم.

2) الوسائل المطبوعة: تتميز بقدرتها على الاحتفاظ بالمعلومات لفترة طويلة، وعرض تفاصيل عديدة، ويمكن للمتلقي الاطلاع عليها في أي وقت شاء.

3) الوسائل المسنوعة: تتميز بسرعة نقل المعلومات، وسعة انتشارها بين الأفراد، وتتأثر بها العميق الناتج عن استخدامها للمؤثرات الصوتية المختلفة.

4) الوسائل المرئية: تتميز بجمعها بين الصوت والصورة والحركة، وقدرتها على عرض الأحداث، وكبير الصغير، وتحريك الثابت، وغير ذلك⁽¹⁾.

وخلاصة القول:

إن هناك مكونات خمساً للعملية الإعلامية أجمع عليها العلماء، هي: (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، الأثر).

ولعل الأمر أشكل على الدكتور صلاح الدين إبراهيم حماد، حين اعتبر أن مكونات العملية الإعلامية هي: (القرآن الكريم، السنة النبوية، الحكم وأولو الأمر، قادة الفكر الإسلامي)⁽²⁾، وهذه الأمور تعتبر مصادر للإعلام الإسلامي، وتحديداً للرسالة الإعلامية الإسلامية، وليس مكوناً لها.

ولعله أدرك هذا الخطأ، فاستدرك على نفسه في كتابه المشترك مع الدكتور أحمد إبراهيم حماد، ليعتبر أن مكونات الإعلام هي الخمس التي قررناها سابقاً⁽³⁾، أما الأربع التي قررها في كتابه الأول، فقد أدرجها ضمن أنواع الوسائل التي استخدمها الإسلام في الإعلام سابقاً، دون أن يتطرق للحديث عن رجع الصدى أو التغذية الراجعة، وكأنه لا يعتبره من مكونات العملية الإعلامية.

⁽¹⁾ انظر: علم اجتماع الاتصال والإعلام - أ.د. غريب سيد أحمد - (ص: 215)، استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 84)، مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقطي - (ص: 28).

⁽²⁾ انظر: نحو إعلام إسلامي - د. صلاح الدين إبراهيم حماد - (ص: 43).

⁽³⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح الدين إبراهيم حماد ود. أحمد إبراهيم حماد - (ص: 15).

ثالثاً: مجالات الإعلام وأقسامه:

لا يمكن الحديث عن الإعلام، دون التطرق لمجالاته وأقسامه، التي لها بالغ الأثر في العملية الإعلامية.

أما مجالات الإعلام فتتحدد بناءً على اعتبارات ثلاث، هي:

(1) الاعتبار المكاني: فإن مجال الإعلام ليس مقتصرًا على بلدة أو مدينة دون أخرى، بل يشمل كافة بقاع الكره الأرضية، وجميع القاطنين على ظهرها، يعتبرون جمهوراً مستهدفاً بالرسالة والمادة المقدمة.

(2) الاعتبار الزماني: فالإعلام صالح لكل زمان ومكان، لا يقتصر على حقبة دون أخرى، أو فترة تاريخية دون ما سواها.

(3) الاعتبار الوظيفي: ذلك أن وظيفة الإعلام لا تقتصر على ميدان واحد، بل تتسع لتشمل كافة النشاطات، وكل مجالات الحياة، ويتبين ذلك أكثر في وسائل الإعلام الإسلامي، التي تعتمد على الإسلام، وهو دين شامل متكامل⁽¹⁾.

وبناءً على ما سبق، تم تقسيم الإعلام إلى قسمين، يتفرع عن كل منهما عدة أقسام أخرى، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الإعلام حسب وسائل الاتصال وطبيعة المستقبل، وهو خمسة أنواع:

(1) الإعلام الذاتي: الذي يقوم به الفرد نتيجة خبراته وثقافته، أو ما يستلهمه من بيئته ومجتمعه، أو نتيجة الأمرين معاً، وهذا الإعلام يمارسه كل فرد مع ذاته، إلا إذا عبر عنه بكلمات شخص آخر.

(2) الإعلام الشخصي: ويعني الحديث غير الرسمي، الذي يأتي دون إعداد مسبق، ويكون وجهاً لوجه بين شخصين متقاربين في الجلسة، وهو من أكثر وسائل الإعلام أثراً في دعم ثقة المستمع بنفسه، وخلق قناعات جديدة لديه.

(3) الإعلام الجماعي: ويتميز عن سابقه بأنه يأخذ طابعاً رسمياً، نتيجة الوضعيّة الثابتة للجماعة، والتزام كل فرد داخلها بكل التعليم السائد فيها، وإنما اعتبر خارجاً عنها.

(4) الإعلام الجماهيري: ويعني إرسال رسائل موحدة لأعداد كبيرة من الناس في مناطق متفرقة، تختلف فيما بينها من النواحي الاجتماعية والثقافية وغيرها، ويتميز بما سبقه بأنه معتمد على المؤسسة الإعلامية، ويرسل المعلومات أكثر مما يستقبل، كما أن رجع الصدى فيه لا يتم إلا من خلال استبيانات وإجراء مسح وتحليل، يتم من خلالها رسم السياسات الإعلامية.

⁽¹⁾ انظر: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 91).

(5) الإعلام الإداري: وهو صعب التحديد؛ لاشتماله على خليط من كل ما سبق من أنواع الإعلام، لكنه يتميز بإمكانية تنسيقه للعمل بين الجماعات متداخلة النشاط، وتعتمد وحداته الإدارية في اتخاذ قراراتها على ما تتلقاه من الوحدات الأخرى⁽¹⁾.

ثانياً: الإعلام حسب موضوعاته وأساليب تقديمها، وهو ستة أنواع:

(1) العلاقات العامة: وتعني الجهد المستمرة القائمة على التخطيط للوصول إلى تفاصيل متبادل بين المؤسسة والجماهير المتعاملة معها.

(2) الدعائية: وهي محاولة مقصودة هدفها التأثير على الجمهور، وحملهم على اعتناق فكرة معينة تعمل الدعائية على إيضاحها، وتنقسم إلى دعاية سياسية، وتجارية، وأخلاقية، وغيرها.

(3) الإعلام التربوي: الهدف إلى تغيير الأداء، وتطوير المهارات والقدرات، مما يؤهل الإنسان لإنجاز مهام جديدة متوقعة منه.

(4) الإعلام الإخباري: الهدف لنقل الأحداث والحقائق، وليس التأثير على الجمهور، ولا بد فيه من الالتزام بالموضوعية والحيادية، إضافة إلى السهولة والبساطة في نقل الخبر.

(5) الإعلام التنموي: وهو الرسائل الموجهة من أجل تنمية المهارات، وتطوير المعلومات، من أجل إنجاح الخطط التنموية في مختلف المجالات.

(6) الإعلام الدولي: الذي نشأ نتيجة الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، وهو ما نفرضه طبيعة النفس البشرية⁽²⁾.

(7) الإعلام الدعوي: المتخصص في الدعوة إلى الله، ونشر الحق.

وقد اعتبر بعض الإعلاميين أن الدعاية وال العلاقات العامة والتنمية والتعليم ليست من أشكال الاتصال اللازمة لاستمرارية المجتمع، وأنها تختلف عن الإعلام، ولن يست من وسائله⁽³⁾. وتبقى كل تلك الأمور النظرية، محل اختلاف بين العلماء، لكنها في النهاية تصب في بوتقة واحدة، هي الاتصال بين البشر، والتأثير فيهم.

كما أن الإعلام قد يقسم إلى أكثر من هذه التقسيمات، فقد يكون دينياً، أو طبياً، أو فنياً، فيما يمكن الجمع بين كافة هذه الأنواع على شاشة واحدة، وهذا هو الأفضل من وجهة نظر الباحثة؛ لأنه يوفر على الجمهور الوقت والجهد، والتشتت بين مختلف الوسائل الإعلامية، وبهذا تستحق تلك الوسيلة أن تسمى (إعلاماً إسلامياً)؛ لأنها انتهت منهج الإسلام الشمولي المتكامل، الصالح لكافة البشر، وكل زمان ومكان.

⁽¹⁾ مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتقى - (ص: 21 – 42) بتصرف.

⁽²⁾ مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتقى - (ص: 43 – 114) بتصرف.

⁽³⁾ انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محبي الدين عبد الحليم - (ص: 68).

المبحث الثالث

المسئولية الإعلامية ... بين الأهداف والوظائف

الدين الإسلامي هو دين المسؤولية، حيث وصى المسلمين على مر العصور بأن يكونوا مسئولين في أقوالهم، وأفعالهم، متحمليين لكافة ما يترتب على تصرفاتهم من نتائج. وهذا الإعلام الإسلامي، ينبغي أن يكون مسؤولاً عن كل ما يصدر عنه، متحملاً لعواقب ما قد ينشره أو بيته.

ولكن، قبل الخوض في الحديث عن المسؤولية الإعلامية، لا بد من وقفة للتعرف على الأهداف التي يسعى الإعلام إلى تحقيقها، وأهم الوظائف التي يحملها على عاتقه، حيث إن التعرف عليهما سهل لبيان حجم المسؤولية المترتبة، فكلما عظمت الأهداف، وكثرت الوظائف، تضاعف حجم المسؤولية.

ومن رفع شعار الإسلام في إعلامه، تزداد مسؤوليته، بخلاف من رفع شعار الفسق والفتنة والفجور، فشتان ما بين الوسائلتين.

أولاً: أهداف الإعلام:

الهدف: "هو صورة ذهنية عن الحالة المستقبلية التي يراد بلوغها"⁽¹⁾، وبيان ذلك: أن الإنسان حين يضع نصب عينيه أن يصبح إعلامياً، فإنه يجتهد في دراسة الإعلام، ويسعى لتطوير مهاراته وصقلها بالتدريب، فالرغبة في أن يكون إعلامياً هي الهدف، والخطوات المتبعة هي إجراءات تنفيذه على أرض الواقع، فإن وصل لما أراد، تحققت الصورة الذهنية التي رسمها، والتي كانت تعتبر ذات يوم هدفاً أو حلماً وطموحاً.

أما أبرز أهداف الإعلام الصادق فهي:

- 1) التأثير في الآخرين، والمساهمة في صنع القرار، من خلال ما يتم طرحه في الوسائل الإعلامية، حيث إننا "نتصل لنؤثر، ونؤثر بهدف".
- 2) إمداد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق؛ لتشكيل أفكار معينة حول الواقع ومشاكله.
- 3) دعم الحاجات النفسية، وتعزيز دور القيم والمعتقدات، و تطويرها حسب تطورات المجتمع.
- 4) التسلية والترفيه والترويح عن النفوس⁽²⁾.

⁽¹⁾ التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 36).

⁽²⁾ انظر: الأسس العلمية لنظريات الإعلام - د.جيهران أحمد رشتي - (ص: 65).

كل ما سبق أهداف للإعلام بشكل عام، لكن أهداف الإعلام الإسلامي تتزايد وتتضاعف، وتتبع جميعها من قوله تعالى: (وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ) (آل عمران: 104)، حيث نجد أن من أهداف الإعلام الإسلامي:

- 1) تقوية روح الجهاد والتماسك بين المسلمين.
- 2) تبني قضايا المسلمين، وتقديم الحلول الصائبة لها.
- 3) الدفاع عن حقوق المسلمين، وحقوق الإنسان وكرامته بشكل عام.
- 4) الاهتمام باللغة العربية وإحيائها، والتشديد على ضرورة اتخاذها اللغة الأساسية لجميع الدول الإسلامية.
- 5) عرض كافة الأحداث من منظور إسلامي، وتقويم كافة الأفكار والمستجدات بمعايير إسلامية، وهدي المبادئ الإسلامية السمحاء⁽¹⁾.
- 6) الوعظ والإرشاد، والتوعية بتعاليم الدين، ونشر التوحيد، إضافة إلى نشر الثقافة الإسلامية، ومحو الأمية والجهل؛ من أجل السمو بعقول الناس وتصرفاتهم.
- 7) بناء شخصية إسلامية، ومجتمع مسلم، يقوم على المبادئ الإسلامية، من خلال تصحيح الأخطاء السائدة في المجتمع الإسلامي؛ من أجل تنشئة الأجيال بصورة صحيحة قائمة على الإسلام.
- 8) تنقية الفكر الإسلامي من كافة الشوائب التي قد يتعرض لها؛ بفعل الهجمة العدائية على الإسلام والمسلمين، مع تعريف الغرب بمبادئ الإسلام، والتقريب بين المذاهب الإسلامية المتعددة.
- 9) العمل على إقناع الجمهور من خلال القدرة التأثيرية لوسائل الإعلام؛ ليقوم كل منهم بواجبه ومسؤولياته بالاقتدار لا بالإكراه⁽²⁾.
- 10) تنظيم الصلات والعلاقات؛ لدعم أشكال التعبير عن البنية الاجتماعية، وأشكال تنظيمها على كافة المستويات⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف - د. سيد محمد ساداتي الشنقطي - (ص: 7)، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحليم - (ص: 38)، نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 80)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 69).

⁽²⁾ انظر: الرأي العام والإعلام الدعائية - د. هاني الرضا ود. رامز عمار - (ص: 99)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 20)، السيرة النبوية والإعلام - أمينة الصاوي وآخرون - (ص: 17).

⁽³⁾ انظر: علم اجتماع الإعلام - د. حميد حامد الدليمي - (ص: 118).

(11) التكير المستمر لإيجاد بدائل للمغريات التي يتعرض لها الشباب، تتفق مع منطقات الإسلام.

(12) ربط المسلمين بالتراث الفكري والحضاري، والكشف عن أصالتها، والدعوة لنشره وبيان أثره⁽¹⁾.

ثانياً: وظائف الإعلام:

تتعدد الوظائف التي تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقها، وتتنوع وفق الأهداف التي رسمتها الوسيلة الإعلامية لنفسها منذ البداية، ووفق سياسة هذه الوسيلة، وقد بين العلماء أن وظائف الإعلام، هي:

(1) الوظيفة الإخبارية: وتعني توفير المعلومات عما يحيط بالإنسان من ظروف، ونقل الأخبار له، مع التحليل لها، والتعليق عليها.

(2) الوظيفة التنسيقية التضامنية (الاجتماعية): التي تساعد في توحد الأمة، وتماسكها، ونبذ كل ما يؤدي للفرقة والخلاف، حيث قال تعالى: (وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَإِذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءَ فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَانْقَذَكُمْ مِّنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهَتَّدُونَ) (آل عمران: 103)، وقال أيضاً: (... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبُرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدُوانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ) (المائدة: 2)، فهاتان الآيات دعتا إلى الاعتصام والتوحد والتعاون، ووسائل الإعلام بمقدرتها التأثيرية تتمكن من تحقيق هذه الأمور.

(3) الوظيفة الانتقائية التوجيهية: وتعني مواجهة ما يستجد من أفكار طارئة على الساحة، سواء منها ما تبثه الفرق المنحرفة داخل المجتمع المسلم، أو الهجوم الغربي على الإسلام وأهله، وتقنيد شبكاتهم، والرد عليهم، ودعوة الجميع للعودة إلى الإسلام بنقائه وصفاته.

(4) الوظيفة التنفيذية: المتمثلة في نشر الثقافة الإسلامية، التي ينبغي أن تقوم على دعائم القيم والنظم الإسلامية، وكافة المعارف الخادمة للدين، وهذا لا يتحقق إلا بالعودة لأصول الإسلام وبنابيعه، والتي يتتصدرها القرآن الكريم، ثم السنة النبوية⁽²⁾.

(5) الوظيفة العقائدية: ومن خلالها يتم إيصال مبادئ العقيدة الصافية، الخالية من أية شائبة، وترسيخها في نفوس المتألقين.

⁽¹⁾ نحو إعلام إسلامي - د. صلاح الدين إبراهيم حماد - (ص: 107 - 113) بتصرف.

⁽²⁾ أصول الإعلام الإسلامي - د. إبراهيم إمام - (ص: 33 - 35) بتصرف.

(6) الوظيفة الاقتصادية: ومن خلالها يتم العمل على تحسين أوضاع المسلمين في حياتهم، وكسبيهم، وإنفاقهم، والتحذير من الغش والاحتكار، وعرض طرق التجارة المثلثي، وقواعد إدارة الأموال التي نص عليها الإسلام، دون أن يكون فيها تعتن أو تسبب في الأزمات.

(7) الوظيفة السياسية: من خلال تقريب العلاقات بين الحكام والمحكومين، وتنظيم العلاقات الداخلية والخارجية، ورعاية مصالح الأمة والشعب، وترسيخ مبادئ النصح والمشورة.

(8) الوظيفة الجهادية: التي يتم من خلالها مواجهة الإشعارات، والحروب النفسية، والدعوة للنفير، والثبات، والإعداد المعنوي النفسي والفكري للمجاهدين، وسيأتي تفصيل هذه المهمة، عند الحديث عن الإعلام في زمن الحرب، في الفصل الثاني من الرسالة بإذن الله ع.

(9) الوظيفة الترفيهية: فمع ما يواجهه الناس من أعباء الحياة، كان لا بد لهم من الراحة، شرط الالتزام بمجموعة من الضوابط، أبرزها الصدق، حيث إن النبي ﷺ كان يمزح مع أصحابه ويداعبهم، وما كان يقول إلا حقاً، والترفيه ليس أمراً معيناً، ولكن ينبغي أن يكون كمقدار الملح للطعام⁽¹⁾.

(10) الوظيفة الدعوية: فشخصية الأنبياء جميعهم ورسالتهم كانت من وسائل الإعلام في عصرهم، وقد كانت الوصية الدائمة لكل الأنبياء هي: (مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ وَاللهُ يَعْلَمُ مَا تُبَدِّلُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ) (المائدة: 99)، وقد تكررت هذه الوصية في أكثر من موضع بصورة مشابهة⁽²⁾، كما كانت الوصية العامة للمؤمنين (وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لَيَنْفِرُوا كَافَةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلَيُنَذِّرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ) (آل عمران: 122).

(11) الوظيفة التربوية: من خلال العمل على تكثيف البرامج التربوية بالتعاون بين وسائل الإعلام وأخصائي التربية، وهذا يتحقق من خلال ثلاث اتجاهات، هي: اهتمام أجهزة الإعلام بتأكيد وترسيخ أهداف التربية، وألا تهدم برامج الإعلام ما تبنيه مناهج التربية، وأن تتكامل خطط العاملين التربوية والإعلامية في تناغم وانسجام، ويتحقق بهذه الوظيفة: العمل على ترشيد استخدام المواد الترفيهية؛ لتحقيق مقاصد التربية⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف - د. سيد محمد ساداتي الشنقطي - (ص: 13)، نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 90)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح الدين حماد ود. أحمد حماد - (ص: 12)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 40).

⁽²⁾ انظر: سورة النور: آية 54، سورة العنكبوت: آية 18.

⁽³⁾ انظر: مجلة الأمة - مقال: الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجاداً وتعميقاً - حسن فضل المولى دفع الله - العدد (56) - (ص: 26) - شعبان 1405هـ / إبريل 1985م.

ثالثاً: المسئولية الإعلامية:

"أصبح الإعلام في حد ذاته يؤدي وظيفة من أخطر الوظائف في العصر الحديث، وهو لا يقل في خطورته عن الطب أو التعليم أو غيرهما من المرافق، بل ربما يتتفوق في أهميته على كثير من المرافق الأخرى، ذلك أنه قد ينتج عن الخطأ في التعليم أن يتأخر عدد من الطلبة أو الطالبات في التخرج، وقد ينبع عن الخطأ في الطب والعلاج أن يتعرض بعض المرضى للموت، أما الخطأ في الإعلام فقد يتسبب في أضرار جسيمة"⁽¹⁾.

حين يكون الحديث عن المسئولية الإعلامية، تطالعنا النظريات التي بنت عليها الدول الغربية وسائلها وسياساتها الإعلامية، وهي:

- (1) نظرية الحرية.
 - (2) نظرية السلطة (السلطوية).
 - (3) نظرية السوفيتية الاشتراكية (الشيوعية).
 - (4) نظرية المسؤولية الاجتماعية (2).

والتي تهمنا هنا، هي نظرية المسئولية الاجتماعية، التي تلخصت مبادؤها في:

- (1) الحرية حق وواجب ومسؤولية في آن واحد.

(2) لا سلطان للحكومة على الصحف وغيرها من وسائل الإعلام الخاصة أو الأهلية، حيث إن ما يقيدها هو الضمير الإعلامي أو سياسة المؤسسة.

(3) الجماهير حرية في اختيار الوسيلة المتماشية مع ميلهم، ولهم الحرية في التعبير عن الرأي، وإن كانت مخالفة للسلطات العليا الرسمية.

(4) الرأي العام في ظل هذه النظرية هو مجال أجهزة الإعلام، تثيره وتؤثر فيه.

لكن هذه النظرية أثبتت فشلها؛ لأن الحرية ليست مطبقة، بل قد تكون الوسيلة الإعلامية نفسها عائقاً في إيصال المعلومات؛ بسبب المساحة أو المدة الزمنية المخصصة للعرض.

كما أن السلطات ما كانت لتترك العنوان لوسائل الإعلام، فقادت بالتدخل فيها، وفرضت عليها شروطاً عدة، أحضعت وسائل الإعلام بطريقة أو أخرى لرقابة السلطات الرسمية

العلنا (3).

⁽¹⁾ الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د.محي الدين عبد الحليم - (ص: 21).

⁽²⁾ انظر: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 262)، مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 27)، الإعلام والبيت المسلم - أ. فهيم، قطب الدين النجار - (ص: 39).

⁽³⁾ انظر: الإعلام والبيت المسلم - أ. فهمي قطب الدين النجار - (ص: 42)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 24).

وأمام فشل هذه النظرية الغربية، كانت مبادئ الدين الإسلامي، ونصوص القرآن الكريم، التي وضعت منذ فترة طويلة من الزمن، ثابتة أمام كل المتغيرات والتطورات. ولا شك أن الإعلام عندما يصف نفسه بأنه إسلامي، ويضع أهدافاً ووظائف جليلة من أجل العمل عليها، يحمل نفسه المزيد من المسؤولية.

وبالنظر إلى المسئولية الإعلامية ما بين الأهداف والوظائف، نجد أنها مرتبطة بمجموعة من القوانين، منها:

(1) استشعار رقابة الله ع على كل كلمة، والمساءلة عنها: فقد قال تعالى: (مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ) (ق: 18)، فالملائكة تسجل كل قول يصدر عن الإنسان، ويحاسب عليه يوم القيمة وقت المساءلة على كل شيء، "وحسبنا أن نعيش في ظلال هذه الحقيقة المتصورة، وأن نستشعر ونحن نهم بأية حركة وبأية كلمة أن عن يميننا وعن شمالكنا من يسجل علينا الكلمة والحركة؛ لتكون في سجل حسابنا بين يدي الله الذي لا يضيع عنده فتيل⁽¹⁾ ولا قطمير⁽²⁾.

كما قال ع أيضاً: (... مَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَبُّهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ وَلَا أَدْنَى مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرَ إِلَّا هُوَ مَعْهُمْ أَيْنَ مَا كَانُوا ثُمَّ يَنْبَئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ) (المجادلة: 7)، "إنها حالة لا يثبت لها قلب؛ ولا يقوى على مواجهتها إلا وهو يرتعش ويهتز... إن مجرد حضور الله وسماعه أمر هائل، فكيف إذا كان لهذا الحضور والسمع ما بعده من حساب وعقاب؟ وكيف إذا كان ما يسره المحتاجون وينزعزون به ليحفوه، سيعرض على الأشهاد يوم القيمة وينبهم الله به في الملأ الأعلى في ذلك اليوم المشهود؟!"⁽⁴⁾.

إن هاتين الآيتين بيotta أن الإنسان محاسب على كل قول يصدر عنه، فإن كان هذا على الفرد بوجه عام، فإن الخطاب يكون أشد، والوعيد أبلغ وأقسى لمن كان في موضع المسئولية، ولا شك أن وسائل الإعلام عليها مسئولية عظيمة تجاه ما تبثه؛ لما لها من تأثير قوي في نفوس الطوائف والأفراد كافة.

(2) القناعة بما يبث: فليست العبرة بصدق ما يقوله المرسل، بل بمدى قناعته بما يقول؛ حتى يتمكن من إقناع الغير به، وفي هذا يقول تعالى: (وَالَّذِي جَاءَ بِالصَّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ) (الزمر: 33)، فالتركيز إذن على كلمة (صدق به)، فالقناعة في الرسالة

⁽¹⁾ الفتيل: ما كان في شق النواة، أو ما يُقتل بين الأصبغين من الوسخ.

⁽²⁾ القطمير: القشرة الرقيقة على النواة.

⁽³⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 3363/6.

⁽⁴⁾ المرجع السابق - 3508/6.

الإعلامية أمر هام، إذ إن هذه القناعة ترتب على أصحابها مسئوليات كثيرة، فعليه بعد إقناع نفسه أن يتمكن من إقناع غيره بما يحمله لهم من الصدق والخير؛ لتعم الفائدة للمجتمع بأسره، ويحقق الإعلام بذلك وظائفه وأهدافه المنوطة به.

"عملية التبليغ وهي اتصال إنساني، تتطلب قسطاً كبيراً من الكفاءة والفعالية، وتم على مراحل، لا بد أولاً أن تتوافر المعرفة بمضمون الاتصال لدى القائم بالاتصال وبشكل تام، ثم يتبع هذه المعرفة أو ينشأ عنها افتتاح بها، ثم اعتناق لها، ثم عمل بها، ولازم المعرفة بهذه الصورة أو مسؤوليتها هي إعلام الناس بها، والقيام بواجب البلاغ"⁽¹⁾.

(3) ألا يخدع المتنلق بمعسول الكلام: فالإعلام وسيلة لها مقدرتها التأثيرية الإقناعية الكبيرة، وكيف تتحقق بعض الوسائل الإعلامية أكبر قاعدة جماهيرية لها، قد تلجلأ عرض ما تريد بكلمة عذبة، وأسلوب جميل، وكلام منمق، يلمس المشاعر، ويدغدغ العواطف، فيرتبطون بذلك الوسيلة، ويصدقون كل ما يقال لهم من خلالها.

ويكثر اتباع هذا الأسلوب لدى وسائل الإعلام الهدافة للتسلل إلى العالم الإسلامي، وخداع أبنائه؛ لتحقيق أهدافها الاستعمارية التخريبية.

يقول تعالى: (وَكَذَلِكَ جَعَنَا لُكْلُ نَبِيٍّ عَدُوًا شَيَاطِينَ الْإِنْسَانِ وَالْجِنِّ يُوحِي بِعَضُّهُمْ إِلَى بَعْضٍ زُخْرُفَ الْقَوْلِ غُرُورًا وَلَوْ شاءَ رَبُّكَ مَا فَعَلُوهُ فَذَرْهُمْ وَمَا يَفْتَرُونَ) (الأనعام: 112)، فمسئوليية الإعلام عندما تتعدم، يسعى لتحقيق الهدف بأبخس الأثمان، وأقصر الطرق، وهو طريق خداع العاطفة.

"وصف الله لـ ما يوحى به شياطين الجن والإنس بـ (زُخْرُفَ الْقَوْلِ غُرُورًا)، ولو أنه تأملت ما تقدف به المطبع في العالم، وما ي قوله الذين لا يؤمنون بالله ولا باليوم الآخر من فلسفات وآراء، لوجده كلاماً مزخرفاً فارغاً، ظاهره غرور، وباطنه فراغ، فليحذر المسلم أن يصغي بقلبه لكلام الذين لا يؤمنون بالآخرة"⁽²⁾.

"شياطين الإنس أمرهم معروف ومشهود لنا في هذه الأرض، ونماذجهم ونماذج عدائهم لكلنبي، وللحق الذي معه، وللمؤمنين به، معروفة يملك أن يراها الناس في كل زمان"⁽³⁾.

لهذا، كان لزاماً على المسلم ألا يقف مكتوف الأيدي، فاغرراً فاه لكل ما يقال، مستقبلاً ومطيناً دون إعمال للعقل، ولهذا جاءت الآيات التالية عقب هذه الآية مباشرة، تبين المسئولية الملقاة على المسلم في مواجهة هذه الهجمة، فقال تعالى: (أَفَغَيَرَ اللَّهُ أَبْتَغَى حَكْمًا وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ مُفَصَّلًا وَالَّذِينَ أَتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَعْلَمُونَ أَنَّهُ مُنْزَلٌ مِّنْ رَبِّكَ بِالْحَقِّ فَلَا تَكُونُنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ & وَتَمَّتْ كَلْمَتُ رَبِّكَ صِدْقًا وَعَدْلًا

⁽¹⁾ مدخل إلى الإعلام - د.سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 11).

⁽²⁾ الأساس في التفسير - سعيد حوى - 1749/3.

⁽³⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 1189/3.

لَا مُبَدِّلٌ لِكَلْمَاتِهِ وَهُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ & وَانْ تُطْعِنْ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضْلُوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنْ يَتَبَعُونَ إِلَّا الظَّنُّ وَإِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ) (الأنعام: 114 - 116).

إذن، "حددت هذه الآيات موقف المسلم من اقتراحات الكافرين، ومن وساوس الشياطين، وبينت أنه إن أطاع أكثر أهل الأرض فإنه يضل، وأن الكفر لا يقوم على شيء يقيني أبداً، بل مبناه على الظنون والأوهام"⁽¹⁾، فينبغي على المسلم تصفية ذهنه من كل الكلام المعسول، والبحث عن الحقيقة دوماً مهما كانت مؤلمة وقاسية، فالانخداع بالظاهر عاقبه وخيمة.

4) استخدام القسم بصورة معقولة: إذ إن الوسيلة الإعلامية قد تلجأ لتأكيد كلامها ورسالتها إلى عدة مؤكّدات؛ لتضفي عليها مزيداً من المصداقية، ومن هذه المؤكّدات أسلوب القسم، الذي يبني جسراً من الثقة واليقين بين الناس؛ لأنها بفطرتها تميل لتصديق من يقسم. لكن المسئولية الإعلامية لا ترى استخدام القسم دوماً، بل بصورة معقولة، فإن الإكثار منه قد يؤدي لمضار تتغلب على المزايا.

ولهذا قال تعالى: (وَلَا تَتَخَلُّوا أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا بَيْنَكُمْ فَتَرَزَّلَ قَدْمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا وَتَذُوقُوا السُّوءَ بِمَا صَدَّتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (النحل: 94).

فالقسم له مقداره الإقناعية، لكن المسئولية تقتضي عدم استعماله في خداع الناس والتغريير بهم⁽²⁾.

وبالإضافة إلى هذه الضوابط، كان هناك مجموعة من الأسس المرتبطة بالمسؤولية، تتمثل في الأسس الفردية، والأسس الاجتماعية، والأسس القضائية، وقد دعا القرآن الكريم إلى مراعاة هذه الأسس في مواضع كثيرة من القرآن الكريم، منها: قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ) (الأنفال: 27)، فقد جمعت هذه الآية أنواع السلطات التي ستولى المحاسبة، على النحو التالي: "تخونوا الله": مسئولية دينية، قضائية، "تخونوا الرسول": مسئولية أمام الناس، "تخونوا أماناتكم": مسئولية أمام النفس والضمير.

وذلك قوله تعالى: (وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرِي اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَرِدونَ إِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ) (التوبه: 105): فهذه آية أخرى جمعت أنواع السلطات التي تتولى المحاسبة، وهي: "فسيري الله عملكم": محكمة إلهية، "رسوله والمؤمنون": محكمة إنسانية.

⁽¹⁾ الأساس في التفسير - سعيد حوى - 1751/3.

⁽²⁾ التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 119 - 121) بتصرف.

لقد أصبح لزاماً على من يحملون أمانة الدعوة الإسلامية أن يبينوا خطر وسائل الإعلام بصورتها الحالية على عقائد المسلمين وأخلاقهم، وأن يستيقوا من قصورهم، هذا الخطر الذي أرجعه بعض الباحثين إلى الأسباب التالية:

- 1) تأثر بعض الإعلاميين بالغرب وأفكاره، ما انعكس على أدائهم الإعلامي.
- 2) الافتقار لوسائل إعلام إسلامية تتفاوض الوسائل الغربية، ما أدى لانحسار دور المسلمين الإعلامي.
- 3) سيطرة الصهيونية على معظم وسائل الإعلام، بدعم وتأييد أمريكي ⁽¹⁾.
- 4) عدم التنسيق فيما بين الوسائل الإعلامية المختلفة، مع غياب التخطيط.
- 5) قلة الدعم والتمويل لوسائل الإعلام الإسلامية؛ ولعل هذا عائد لقلة الوعي حول أهمية الإعلام ⁽²⁾.

ولمواجهة هذا القصور، لا بد من مضاعفة الجهد، ومضاعفة المسؤوليات، والقيام بعدة خطوات عملية على أرض الواقع، منها:

- 1) اليقظة التامة لكافة التيارات المعادية، ومواجهتها، ومجاهدة كافة أشكالها الاستعمارية.
- 2) التدقيق فيما يذاع، وعدم نشر ما يمس الآداب الإسلامية، أو يتعارض مع الدين الإسلامي.
- 3) تناسي الخلافات، وتوحيد الصفوف لاتخاذ مواقف موحدة تجاه قضايا العالم الإسلامي.
- 4) على أصحاب رءوس الأموال العمل على إنشاء وكالة أنباء إسلامية عالمية، وبث قنوات بكل اللغات؛ لخاطب الغرب، وألا تظل مخاطبة نفسها كما هو الحال الآن.

وخلاصة القول:

"تعتبر صناعة الإعلام اليوم واحدة من أهم وأخطر الصناعات في العالم؛ لما لها من أهمية بالغة في تشكيل عقول وقناعات وثقافات الشعوب المختلفة...، فالعالم اليوم أشبه ما يكون بقرية إعلامية موحدة، متصلة بكل ما وصل إليه العلم من تكنولوجيات الأقمار الصناعية، والطباعة، والحاسوب، ولم تعد مقتصرة على الكتب والمجلات" ⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد سادaty الشنقطي - (ص: 52)، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 44).

⁽²⁾ انظر: مجلة الأمة - مقال: الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر - د. محمد سيد محمد - العدد (58) - (ص: 80) - شوال 1405هـ / يونيو 1985م، مجلة الإسراء - مقال: الإعلام الإسلامي في ظل العولمة - أ. عارف سليم - العدد (55) - (ص: 38) - رجب وشعبان 1425هـ / أيلول 2004م.

⁽³⁾ انظر: مجلة البيان - مقال: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح - ماهر أبو زر - العدد (14) - (ص: 49) - رمضان 1417هـ / يناير 1997م.

لقد أصبح لزاماً على من يحملون أمانة الإعلام الإسلامي أن يستقيدوا من وسائل الإعلام الحديثة في ترويج الدعوة الإسلامية، وإيصال دعوة الحق إلى كل مكان، وليتذكروا قوله تعالى: **(وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُلًا)** (الإسراء: 36).

"المطلوب في ظل الظروف الراهنة، أن يكون الإعلام الإسلامي إعلاماً متحركاً، يرقى إلى المستوى الذي يعكس فلسفة التضامن الإسلامي، لا في ترديد المبادئ واجترار الشعارات، بل في صورة الإعلام المناضل الملائم، العاكس للقيم الإسلامية، والحاامي لها من العبث، المتباين مع مطامح الأمة"⁽¹⁾.

والمسؤولية تردد على وسائل الإعلام الإسلامية؛ لأنها تدرج تحت قوله تعالى: **(وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أَمَّةً وَسَطَا لَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ ...)** (البقرة: 143)، والشهادة على الناس، تتضمن إرشادهم للصواب، وطريق الحق والإيمان.

كما أن الإنسان مسؤول عن كل تصرفاته، منذ جعله الله ﷺ خليفة في الأرض، فمكنته فيها، فكان عليه أن يؤدي حق هذه السيادة من خلال تحمل المسؤولية التي حملها منذ البداية، **(إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلُنَّاهَا وَأَشْفَقْنَاهَا وَحَمَلَهَا إِنَّهُ كَانَ ظُلُومًا جَهُولًا & لِيُعَذِّبَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُشْرِكِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْمُشْرِكَاتِ وَيَتُوبَ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا)** (الأحزاب: 73).

⁽¹⁾ انظر: مجلة الإسلام اليوم - مقال: الإعلام الإسلامي في واقعه الجديد: قوة دفع للعمل الإسلامي المشترك - عبد الهادي بو طالب - العدد (7) - (ص: 12) - 1409هـ / 1989م.

الفصل الأول

تعريف الإعلام ومقوماته

? المبحث الأول:

تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن

? المبحث الثاني:

مادة { علم } ومشتقاتها في القرآن

? المبحث الثالث:

مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن

تمهيد

يقول المولى سبحانه وتعالى في كتابه العزيز : (...وَقُلْ رَبِّ زَدْنِي عِلْمًا) (طه: 114)، كما يقول أيضاً : (...فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِن كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (النحل: 43).

إن أحد المقاصد الكبرى للرسالة الإسلامية تحرير العقل من القيود التي تفرضها الخرافة ويشيعها الجهل، ومفتاح ذلك إعمال العقل، وسؤال أهل العلم، والنظر في البراهين العقلية والمحسوسة، ولهذا يكثر في القرآن الكريم ذكر مادة { علم } بتصريفاتها المختلفة، كما يكثر فيه طرح الأسئلة والتساؤلات، فأي علم يشرحه القرآن ويبحث عليه؟.

ولما كان الحصول على المعلومات والمعارف ميسر هذه الأيام، بما تعرضه وسائل الإعلام المختلفة، فماذا نقصد بالإعلام؟، وما هو دور القرآن الكريم في تنمية الإعلام، والرقي بخصائصه ومقوماته، وإبطال معوقاته؟.

خطوط عريضة رسمها القرآن للإعلام، ويأتي بيان ما تيسر منها في الصفحات القادمة.

المبحث الأول

تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن

? المطلب الأول:

تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

? المطلب الثاني:

القرآن أساس الإعلام

? المطلب الثالث:

خصائص الإعلام في القرآن الكريم

المطلب الأول

تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

قبل البدء بالحديث عن الإعلام، لا بد من وقفة مع هذه الكلمة، في محاولة لمعرفة معناها، وما الذي تعنيه لدى المختصين من الإعلاميين.

أولاً: الإعلام لغة:

الإعلام مشتقة من الجذر الثلاثي {علم}، وهي صفة من صفات الله عز وجل، فهو العليم والعالم والعلم، قال تعالى: (...وَهُوَ الْخَلَقُ الْعَلِيمُ) (يس: 81)، (...عَالِمُ الْفَيْبِ وَالشَّهَادَةِ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَيْرُ) (الأعراف: 73)، (...وَأَنَّ اللَّهَ عَالِمُ الْفَيْوُبِ) (التوبه: 78).

والعلم: نقىض الجهل، ويقال: علمتُ الشيءَ أعلمَهُ علماً أي: عرفته، كما يقال: عَالِمٌ، وعلَّامةٌ من باب المبالغة في الوصف بالعلم، فاللهاء فيها للمبالغة⁽¹⁾.
والعلم بمعنى اليقين، وتأتي بمعنى المعرفة؛ لأن كلاً منهما مسبوق بالجهل، قال تعالى: (...مِمَّا عَرَفُوا مِنَ الْحَقِّ...) (المائدة: 83) أي: علموا، كما قال تعالى: (...لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ...) (الأنفال: 61) أي: تعرفونهم.

وقيل: إن العلم هو الإدراك الكلي أو المركب، بينما المعرفة هي الإدراك الجزئي أو البسيط، ولهذا يقال: {عرفتُ اللَّهَ}، ولا يقال {علمتُه}⁽²⁾.
كما يطلق العلم ويراد به: الملكة التي تدرك بها مسائل العلم، أو إدراك تلك المسائل، أو المسائل نفسها⁽³⁾.

ويقال: أعلمَهُ الخبر وبالخبر، أي: أخبره.

وقيل: إن {علمتُه} و{أعلمنَه} من أصل واحد، لكن الإعلام مختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم مختص بما فيه تكرير وتکثیر؛ ليحصل أثره في نفس المتعلم، والتعليم قد يستعمل

⁽¹⁾ انظر: القاموس المحيط - الفيروز أبادي - 117/4، تهذيب اللغة - أبو منصور الزهري - 417/2، جمهرة اللغة - ابن دريد - 948/2، لسان العرب - ابن منظور - 416/12، المعجم الفريد لمعاني كلمات القرآن المجيد - أ. كامل الجزار - 713/1.

⁽²⁾ انظر: الكليات - أبو البقاء الكفوبي - (ص: 611)، الأفعال في القرآن الكريم - د. عبد الحميد السيد - 945/2، القاموس العربي الشامل - (ص: 400)، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير - أحمد بن محمد المقرى - 77/2، محيط المحيط - بطرس البستاني - (ص: 638)،

⁽³⁾ انظر: الترجمان والدليل لآيات التزييل - المختار أحمد محمود الشنقيطي - (ص: 215)، المعجم الوجيز لألفاظ القرآن الكريم - د. نبيل عبد السلام هارون - (ص: 142).

في معنى الإعلام، إذا كان فيه تكرير، كقوله ع: (فُلَّأَتَعْلَمُونَ اللَّهُ بِدِينِكُمْ...)⁽¹⁾
 (الحجرات: 16).

"والإعلام": مصدر لفعل أعلم، وتعني النشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة"⁽²⁾.

والعلم على درجات ثلاثة:

1) ما وقع من عيان، وهو البصر.

2) ما استند إلى السمع، وهو الاستفادة.

3) ما استند إلى العلم، وهو التجربة.

لكن الأمور الوجاندية، وبافي الحواس الأخرى، وما يتم معرفته بالخبر الصادق، وما يدرك بالتفكير والتجربة، كلها تدرج تحت العلم ودرجاته، فلا ينبغي أن تقصر على هذه الثلاث⁽³⁾.
 و{{العلم}} و{{العلمة}}: هي الشق في اللغة العليا أو أحد جانبيها، كما يقال: {{أعلم الفرس}}
 إذا علق عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب، فـ{{العلامة}}: السمة.

كما جاء الإعلام بمعنى التبليغ، يقال: بلغت القوم بلاغاً، أي: أوصلتهم إلى المطلوب،
 قال تعالى: (وَلَقَدْ وَصَلَنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لِعَلَمْ يَتَذَكَّرُونَ) (القصص: 51)، فأعلام وأبلغ وبين وأوصل: تعني
 إشاعة المعلومات وبثها وعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس⁽⁴⁾.

مما سبق يتضح أن:

- 1) الإعلام فيه تمييز لبعض المعلومات عن غيرها، من خلال عرضها بأسلوب جذاب ومميز،
 فيه مزيد تأكيد عليها، وإيضاح لها.
- 2) الإعلام قد يكون بشيء غائب أو حاضر، والعمل على إيصاله للمنتقى في أوضح صورة.
- 3) البلاغ يندرج تحت الإعلام، فكلاهما يحقق غاية واحدة، هي إيصال المعلومات للجمهور المستقبل للرسالة.

⁽¹⁾ انظر: المفردات في غريب القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 343)، معجم تفسير مفردات ألفاظ القرآن الكريم - سميح عاطف الزين - (ص: 616).

⁽²⁾ المعجم العربي الأساسي - جماعة من اللغويين العرب - (ص: 860).

⁽³⁾ انظر: بصائر ذوي التمييز في لطائف الكتاب العزيز - الفيروز أبادي - 92/4.

⁽⁴⁾ انظر: لسان العرب - ابن منظور - 419/12.

ثانياً: الإعلام اصطلاحاً:

تعددت تعريفات العلماء للإعلام، واختلفت تلك التعريفات فيما بينها؛ نتيجة لتنوع وسائل الإعلام وتطورها السريع، إضافة إلى اختلاف ثقافات العلماء ومجالات عملهم، ومن أبرز هذه التعريفات:

(1) تعريف العالم الألماني (أتوجروت):

"هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها، وميولها، واتجاهاتها النفسية في نفس الوقت"⁽¹⁾.

وبالنظر إلى هذا التعريف، فإننا نلاحظ أنه لم يشتمل على كافة مكونات العملية الإعلامية، وهي: (المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، رجع الصدى)، حيث إنه اقتصر على جانبين فقط، هما:

- التركيز على الجمهور المتلقى، وضرورة مراعاة أحواله وميوله خلال الرسالة.
- أن تكون الرسالة المعروضة ملتزمة بالموضوعية، وهذا أمر تختلف وسائل الإعلام في مدى الالتزام به.

بينما أغفل أتوجروت بقية المكونات، فلم يتطرق للمرسل أو الوسيلة، أو حتى التأثير، فلا يمكن اعتبار تعريفه جامعاً مانعاً.

(2) تعريف قاموس (أكسفورد كاسل):

"الإعلام هو الإخبار، أو هو التبليغ، أو هو الإنباء، وكلها مرادفات تعني انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنتشر بينهم، فتصبح لهم لغة للتفاهم، وأصطلاحاً للتعامل، ووسيلة للمشاركة"⁽²⁾.

والملاحظ في هذا التعريف أنه اهتم ببيان وظيفة الإعلام بشكل عام، فالبشر يتواصلون فيما بينهم، وتُعلم بعضها ببعضًا من أجل تبليغ أو إخبار. كما يلاحظ أيضاً أن هذا التعريف لم يكن مركزاً على جانب الإعلام الذي يتadar إلى الذهن عند سماع هذه الكلمة، ذلك أن الإعلام من وسائل الاتصال، وهذا الاتصال ينقسم إلى: اتصال ذاتي، واتصال شخصي، واتصال جماعي، وليس كلها تدرج تحت مسمى الإعلام، فالاتصال الجماعي فقط هو الذي يعتبر إعلاماً، وبالتالي لا يمكن أن نعتبر أن هذا تعريف جامع مانع.

⁽¹⁾ نحو إعلام إسلامي: إعلامنا إلى أين - د. علي جريشة - (ص: 24)، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 11).

⁽²⁾ وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موقف الغلاياني - (ص: 40).

(3) يرى الدكتور عبد اللطيف حمزة، أن الإعلام هو:

"تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق، يكون الإعلام في ذاته سليماً قوياً"⁽¹⁾.

وبالنظر إلى هذا التعريف، نلاحظ أنه كسابقيه، ليس جاماً مانعاً، حيث اقتصر على تعريف الإعلام من حيث كونه تزويد بالمعلومات، ثم أخذ يفصل فيما يتعلق بكون هذه المعلومات صحيحة، وانعكاسات صحتها على قوة الإعلام، وهذا أمر لا يتحقق في كافة وسائل الإعلام، فليست جميعها مهتمة بنشر المعلومات الصحيحة، بل إن بعض وسائل الإعلام فتحت أبوابها فقط لنشر المعلومات الخاطئة، وبث الشائعات والفتن في المجتمعات.

(4) ذهب الدكتور محمد سيد محمد إلى أن الإعلام يعني:

"العلم الذي يدرس اتصال الإنسان اتصالاً واسعاً بأبناء جنسه، اتصال وعي وإدراك، وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك"⁽²⁾.

وإن الناظر لهذا التعريف للوهلة الأولى، يظن أنه جامع مانع للإعلام، ولكن وفته تدقيق وتمحیص يسيرة، تجد أنه من أقرب التعريفات، ولكنه ليس أشملها، ذلك أنه شمل كافة أنواع الاتصال، دون تحديد للإعلام بأنه اتصال جماهيري، وليس غيره.

(5) أما الدكتور عمارة نجيب، فيقول:

"هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة، من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة"⁽³⁾.

وقد قصر الدكتور عمارة نجيب الإعلام في هذا التعريف على أحد أهدافه فقط، وهو هدف التعرف على قضايا الأمة ومعالجتها، وأهمل الأهداف الأخرى، كما أهمل وظائف الإعلام المتنوعة من تنقيف وإخبار وترفيه، وغيرها.

(6) بينما عرفه الدكتور سمير محمد محسن بأنه:

"كافحة أوجه النشاط الاتصالية، التي تستهدف تزويد الجمهور بكل الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والمواضيعات والمشكلات وجرييات الأمور،

⁽¹⁾ الإعلام له تاريخه ومذاهبه - د. عبد اللطيف حمزة - (ص: 33).

⁽²⁾ المسئولية الإعلامية في الإسلام - د. محمد سيد محمد - (ص: 28).

⁽³⁾ الإعلام في ضوء الإسلام - د. عمارة نجيب - (ص: 16).

بطريقة موضوعية ودون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والمواضيع، وبما يسهم في تنوير الرأي العام، وتقويم الرأي الصائب لدى الجمهور في الواقع والمواضيع والمشكلات المثارة والمطروحة⁽¹⁾.

7) وذهب آخرون إلى أن الإعلام هو:

"تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات، التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي"⁽²⁾. وبالنظر إلى هذين التعريفين، يلاحظ أنهما ركزا على نفس المضامين، وهي (الوظيفة الإخبارية التنفيذية، الموضوعية والمصداقية في الرسالة، التأثير على الجمهور والارتقاء به)، على خلاف بينهما بطول عبارات أولهما، وقصر عبارات الآخر.

ومن كل التعريفات السابقة، يتضح أن:

العلماء اختلفوا في عباراتهم نحو تعريف الإعلام، فمنهم من كان تركيزه على الرسالة الإعلامية ومدى انتشارها، فيما اهتم آخرون ببيان مدى علاقة البيئة الفكرية والاجتماعية والسياسية بالإعلام، لكنهم جميعاً اتفقوا في عدة أمور، هي:

1) الإعلام عملية اتصالية بين مرسل ومستقبل، من خلال وسيلة معينة؛ بهدف نقل معلومة رسالة.

2) لا بد من التزام الإعلام بالصدق والموضوعية؛ ليكتسب مصداقية وتأييداً بين الجمهور.

3) لا بد للإعلام من مراعاة اهتمامات الجمهور وميوله ورغباته؛ ليحقق التأثير الأكبر فيهم، ويتمكن من إقناعهم بالمعلومات.

ومما ينبغي مراعاته لدى تعريف الإعلام، أن هناك فرقاً بين الإعلام والمعلومات، فالمعلومات هي المادة الخام التي يتم الاعتماد عليها في العملية الإعلامية، بينما الإعلام هو عملية اتصالية، من أوجه نشاطها نقل المعلومات للغير، فلا ينبغي الخلط بين الأمرين، واعتبار أن الإعلام هو المعلومات.

ومن خلال عناصر العملية الإعلامية، يمكن القول أن الإعلام هو: عملية بين طرفين يرسل أحدهما المعلومات للأخر، ضمن قالب موضوعي صحيح، بهدف التأثير عليه، والارتقاء بأدائه.

⁽¹⁾ الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام - د. سمير محمد محسن - (ص: 22).

⁽²⁾ استراتيجية الإعلام العربي - د. السيد عليوة - (ص: 159).

ثالثاً: الإعلام الإسلامي:

الإعلام عبارة عن رسالة فكرية، تحمل في طياتها مجموعة من المضامين والأهداف، التي تعمل على إصالها بوسائل الاتصال المختلفة.

وحيث يكون الحديث عن الإعلام، لا بد من التمييز بين نوعين للإعلام، الأول: الإعلام الإيجابي، وهو ما يمثله الأنبياء والرسل والصالحون، والثاني: الإعلام السلبي الذي يفرض سيطرته على الساحة الآن بل وعلى الشعوب.

ولما تحدث بعض العلماء عن تعريف الإعلام عامة، جاء آخرون فخصصوا الحديث عن الإعلام الإسلامي الإيجابي، الذي تقع عليه مسؤولية كبيرة في مواجهة الإعلام السلبي، فقالوا:

(1) **الإعلام الإسلامي هو:** "تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب، يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته"⁽¹⁾.

(2) **ورأى آخرون أنه:** "استعمال وسائل الإعلام وأساليبه كافة ضمن حدود الشرع؛ لبيان الحق، ودعوة الناس إليه، وتعريمة الباطل وصدّهم عنه؛ لئلا يكون للناس في بعد عن الإسلام حجة"⁽²⁾.

(3) **فيما نُقل عن الغزالى تعريفه للإعلام الإسلامي بأنه:** "الذي يعرف بالله الواحد، ودينه الحق، ويرسم صورة صادقة لرسالة محمد ﷺ لا زيادة فيها ولا نقصان"⁽³⁾.

(4) **وترى سهيلة حماد أن الإعلام الإسلامي يعني:** "بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في نيل خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم"⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د.محyi الدين عبد الحليم - (ص: 147)، مائة سؤال عن الإعلام - طلت همام - (ص: 105).

⁽²⁾ الإعلام: نشأته وأساليبه وسائله ما يؤثر فيه - د.يوسف محى الدين أبو هلاله - (ص: 6).

⁽³⁾ الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 11).

⁽⁴⁾ الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 13).

وبالنظر إلى هذه التعريفات:

نلاحظ أنها تعريفات جزئية، فقد حصرت {الإعلام الإسلامي} فقط في التعريف بحقائق الإسلام والدين؛ كي لا يكون للناس حجة في البعد عن الدين، وهذا فيه تضييق لمفهوم الإعلام الإسلامي، وحصر له في جانب واحد من جوانبه.

وشتان ما بين هذه التسمية، وما بين قولنا {الإعلام الديني}، الذي تكون رسالته دينية بحثة، حيث "يقتصر على تبصير الناس بالحق والثت على مكارم الأخلاق، ويُعنى بتوضيح الفرائض، ويتوجه إلى جمهور المسلمين عامتهم وخاصتهم ... ، أما الإعلام الإسلامي فإنه يتوجه على الجميع المسلمين وغير المسلمين، صغراً وكباراً، يتناول جميع الأمور الدينية والدنيوية، والإعلام الإسلامي كما يهتم بتوضيح العقائد، يهتم بنشر الأخبار وفقاً لأسس ومبادئ، وكما يهتم ببيان الحق، يهتم بالعلوم الكونية والتكنولوجيا العصرية" ⁽¹⁾.

إذن، فالإعلام الإسلامي أوسع وأشمل، فهو إعلام نابع من رسالة الإسلام الخالدة الشاملة، يعالج كافة مناحي الحياة، من سياسة واقتصاد، ويعرض الأخبار، ويناقش القضايا المستجدة، وينضبط بمعايير الإسلام وقيمه ومبادئه.

وقد ذهب بعض العلماء إلى أن التعريف الأعم والأشمل للإعلام الإسلامي، هو: "عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلثى، الإخبارية، والإرشادية، والترويحية، على المستوى الوطنى والدولى والعالمى، وتلتزم بالإسلام فى كل أهدافها ووسائلها، فيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتعتمد على الإعلاميين الملتحمين بالإسلام قولاً و عملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة وال العامة" ⁽²⁾.

لكن نظرة سريعة تجعلنا نعتبر هذا شرحاً لمفهوم الإعلام الإسلامي، وليس تعريفاً له، وشتان ما بين الشرح والتعريف، ففي حين يقوم أولهما على الاستطراد والبيان والتوضيح، يقوم الثاني منها على الإيجاز والإجمال.

"ولعل صعوبة الوصول إلى تعريف جامع لهذا العلم من وجهتي النظر الوضعية والشرعية، تعود إلى أنه علم من العلوم الإنسانية، التي تتميز باتساع مساحة الاجتهاد" ⁽³⁾.

⁽¹⁾ مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 2 - حسن علي العنبي - (ص: 585) - ربيع الآخر 1405 هـ / يناير 1985 مـ.

⁽²⁾ التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 62).

⁽³⁾ مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنفيطي - (ص: 9).

وترى الباحثة بتوجيهه المشرف، أن {الإعلام الإسلامي} هو:
تعظيم الاتصال الإيجابي؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي وأخباره في جميع الميادين،
وعلى كافة المستويات، وبكافأة الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المنشورة.

حيث شمل هذا التعريف كافة مناحي الحياة، ولم يقتصرها على الجانب الديني فقط، كما ركز على أن الإعلام {عملية اتصال إيجابي} مما يعني التفاعل بين المرسل والمستقبل، وهو إعلام ملتزم، أصوله مستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية، موجه للناس كافة، ويستخدم جميع الوسائل المنشورة في سبيل تحقيق أهدافه.

والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في إعلاناته، وفي التسليمة الهدافة، وفي تعليمه، بل وفي عرضه الأخبار الصادقة والتعليق عليها.

وهذا هو الأصوب؛ لتوافقه مع الدين الإسلامي، ذاك الدين الشامل، الذي لم يترك كبيرة ولا صغيرة إلا و تعرض لها بالبيان، قال تعالى: (... وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ) (النحل: 89).

المطلب الثاني

القرآن أساس الإعلام

حين يكون الحديث عن الإعلام الإسلامي، فمن الصعوبة بمكان أن نتحدث عنه بمنأى عن القرآن الكريم، الذي يعد أكبر الوسائل الإعلامية منذ أنزله الله ﷺ وحتى يومنا هذا، بل إن الآيات القرآنية تعتبر رأس المواد الإعلامية، بما حملته من معنى للدعوة، ورسم لطريقها، وما الإعلام الإسلامي إلا الامتداد المعاصر للدعوة الإسلامية كما قررنا ذلك سابقاً⁽¹⁾.

فالقرآن الكريم جاء مصحح للفكر والنظر العقلي، كما كان مفجراً للإعلام الإسلامي، فقد نصت آياته على ما يجب أن يتخلّى به المسلمون عامة والدعاة خاصة من الأخلاقيات الإسلامية، كالالتزام الصدق، وتسمية الأشياء بسمياتها، "فالقرآن إذا صح التعبير صحيفه من طراز آخر، يمتاز بالصدق كأحسن ما يكون الصدق، وبالنراة في توجيهه السلوك كأحسن ما تكون النراة، فهي صحيفه الله تعالى ومن أصدق من الله قوله⁽²⁾".

وحيث يدور الحديث عن الإعلام، فإننا نتحدث عن عملية اتصالية، تتكون من {مرسل، مستقبل، رسالة، وسيلة إعلامية، تأثير}، وبالنظر إلى القرآن الكريم نجد له لم يغفل أيّاً من هذه المكونات، فكان بحق أساس الإعلام الذي ينبغي الرجوع إليه، في أي وسيلة تريد أن يكتب لها النجاح.

فلو تحدثنا عن القائم بالاتصال، نجد ممثلاً في الرسل والأنبياء، الذين تمثلت وظيفتهم في هداية البشر وإرشادهم إلى الصواب، حيث قال تعالى: (رُسُلًا مُّبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِنَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا) (النساء: 165)، وقال أيضاً: (...إِنَّمَا أَنْتَ مُنذِرٌ وَلَكُلُّ قَوْمٍ هَادٍ) (الرعد: 7).

فقوله تعالى: "(وَلَكُلُّ قَوْمٍ هَادٍ)" أي: داع يدعوهـم إلى الهدى من الرسل وأتباعـهم، ومعهم من الأدلة والبراهين ما يدل على صحة ما معهم من الهدى⁽³⁾، فقد بين هنا أن للرسل أتباعـاً يقومون بنفس مهمتهم، ومن كان قائماً بالإعلام الإسلامي، فهو يسير على درب الرسل وطريقـهم، فينبغي عليه الالتزام بما كانوا يلتزمون.

⁽¹⁾ انظر: الفصل التمهيدي - (ص: 10).

⁽²⁾ مقال: أخلاقيات الإعلام في القرآن الكريم - <http://forum.tfa9el.com/7688.html>

⁽³⁾ تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 725/1.

فالإعلام في الإسلام يحمل أمانة الدعوة إلى الحق، وحسن البلاغ، مما يشير إلى أهمية المحافظة على حاضر الأمة ومستقبلها، وتحقيق رسالتها الخالدة في الحياة، ومقاومة تيارات الإعلام الشيطاني ومواجهته، تماماً كما واجه الرسل والدعاة على مر التاريخ تلك الدعوات الهدامة؛ لأن النفوس الضعيفة تتساق وراء هذه التيارات دون تفكير، كأنها أدوات صماء يحركوها كيف شاءوا، قال تعالى: (...وَفِيهِمْ سَمَاعُونَ لَهُمْ وَاللَّهُ عَلِيهِ بِالظَّالِمِينَ) (التوبه: 47).

ولما بين القرآن صفات القائم بالإعلام، وأنه يسير على خطى الرسل، أوضح أن هذا يحمله أمانة التبليغ إلى الجمهور المتألق، الذي تتعدد أصنافه وأقسامه، فمنهم المؤمنون، والكافرون، والمنافقون، فالإنسان بشكل عام هو محط الاهتمام؛ باعتباره هدفاً للرسالة الإعلامية، وهذا كان واضحاً في الكثير من الآيات القرآنية، منها على سبيل المثال لا الحصر قوله تعالى: (وَلَقَدْ ضَرَبَنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ) (الزمر: 27).

وهذا التنوع للجمهور المخاطب يقتضي تغيير أسلوب الخطاب مع كلّ منهم، فتنوعت الأساليب في القرآن الكريم، ما بين القصة، والاستفهام، والتكرار، والتشويق، والجدل، والحوار، في إشارة إلى أن وسائل الإعلام تقع عليها مسؤولية عظيمة في تحديد نوع جمهورها؛ لتمكن من تحديد الأسلوب الملائم لمخاطبتهم وإقناعهم، قال تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَتَّدِينَ) (النحل: 125). كما أن القرآن الكريم جاء مخاطباً لكل ما في الإنسان، عقله، روحه، جوارحه، قلبه، والإعلام عندما يسير على هذا النهج، فإنه "يقدر عقل الإنسان، وحريته في الاختيار، ويدين الجمود والوقوف عند مأثور المادة وما ترك السلف، دون تفكير أو تدبير".⁽¹⁾

ولما كان الإعلام من عمليات الاتصال، التي لا تتم إلا من خلال الحواس، نجد أن القرآن الكريم تعرض للحديث عن حواس الإنسان كالسمع والبصر والبصيرة والرؤى بشيء من التفصيل⁽²⁾، فتارة نراه قد جمعها في آية واحدة، في سياق تعداد النعم على بني الإنسان، كقوله تعالى: (وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْنَدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشَكُّرُونَ) (النحل: 78)، وقوله: (...وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْنَدَةَ قَلِيلًا مَا تَشَكُّرُونَ) (السجدة: 9)، وقوله أيضاً: (قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْنَدَةَ قَلِيلًا مَا تَشَكُّرُونَ) (الملك: 23).

"السمع لسماع الأوامر والنواهي، والأبصار لرؤية آثار صنع الله، والأفئدة للوصول بها إلى معرفة الله، وذلك كله لشكر نعم الله، وأبصار آثار صنعته، والآية دليل على أن الإنسان خلق

⁽¹⁾ الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 221).

⁽²⁾ انظر: وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام - أسماء يوسف شهاب - (ص: 99).

في مبدأ الفطرة خالياً عن معرفة الأشياء، ثم تأتي المعرف والعلوم بالتعلم بواسطة الحواس التي هي السمع والبصر⁽¹⁾.

والملاحظ للآيات السابقة، يجدها جميعاً ختمت بقوله ﷺ (لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ)، (قَلِيلًا مَا تَشْكُرُونَ)، والشك من أعلى منازل الإيمان، ويتحقق بالاعتراف بالنعمة، وعدم استعمالها فيما يكره المنعم، فكانه تعالى ختم تلك الآيات بهذه الفاصلة المرتبطة بالموضوع؛ ليطالب كافة البشر باستعمال حواسهم فيما يرضاه الله ﷺ من خلال عدم النظر أو السماع لمحرم، وإنما لما أحله الله ﷺ فقط، وهذا لا يتحقق إلا عبر وسائل الإعلام الإسلامية دون غيرها.

وتارة أخرى، نجد الحديث عن حواس الإنسان جاء في سياق النم، حيث نهى القرآن على أقوام عدم استعمالهم لحواسهم، فنزلوا بأنفسهم إلى رتبة الأنعام بل أضل، حيث يقول تعالى: (وَلَقَدْ ذَرَانَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِنَ الْجِنِّ وَالْإِنْسَنَ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يُفْقِهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبَصِّرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بِلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ) (الأعراف: 179).

"أولئك هم كاملو الغفلة عن آيات الله، وعن استعمال مشاعرهم وعقولهم فيما خلقت من أجله، وهو الاستفادة من المسموعات، والانتفاع من المبصرات، وهم الأغبياء الجاهلون الذين لا ينظرون إلى المستقبل"⁽²⁾.

أما وسائل الإعلام نفسها، فكان للقرآن حديث عنها، من خلال بيان وظيفتها، التي تتمثل في الهدایة والإرشاد ب مختلف الأساليب من تبشير وإذار، حيث قال تعالى: (الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوْجًا & قَيْمًا لِيُنَذِّرَ بَاسًا شَدِيدًا مِنْ لَدُنْهُ وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا) (الكهف: 1، 2).

وخلاصة ما سبق:

إن القرآن الكريم كتاب إعلامي؛ استعان باللغة الفصيحة والعبارة الواقعية القادرة على غزو القلوب والعقول، وهو ما يمثل الحقيقة الإعلامية الخالدة، فهو يضع بين أيدينا منهاجاً علمياً وحضارياً لحمل الدعوة، يقوم على أساس عقلية ونفسية وأخلاقية سامية.

ورغم طول الفترة على نزول القرآن الكريم، إلا أنه ما زال وسيظل محظوظاً بأصالته، وقدرته المعاصرة، فلن يتوقف تأثيره في صنع الأفكار والتأثير في النفوس، وما أحوج الإعلام الإسلامي في هذه الأيام، أن يعلم أنَّ القرآن الكريم هو الوسيلة الأولى في الإعلام والتبلیغ، وأن يستمد مقوماته وضوابطه من القرآن، وهو ما سيتم تفصيله في الصفحات القادمة بإذن الله ﷺ.

⁽¹⁾ التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 14/195.

⁽²⁾ المرجع السابق - 9/168.

المطلب الثالث

خصائص الإعلام في القرآن الكريم

من الطبيعي أن يكون الإعلام الإسلامي إعلاماً متميزاً، كونه يستمد صفاته وخصائصه من تعاليم الإسلام والقرآن الكريم، لذا فإن للإعلام الإسلامي خصائص تميزه عن غيره، من أبرزها:

أولاً: الإعلام الإسلامي عقدي مسلكي

فهو إعلام قائم على العقيدة، مرتبط بأحكام الإسلام ودحشه وأخلاقه، ذلك أن أول ما نزل من القرآن الكريم هو قوله تعالى: (اقرأ باسم ربك الذي خلقك وخلق الإنسان من علقة واقرأ ربك الأكرم و الذي علم بالقلم و علم الإنسان ما لم يعلم) (العلق: 1-5)، القراءة مفتاح التعلم، وأول وسائل التبليغ والإعلام.

كما أن الإعلام واجب على الأمة الإسلامية؛ لأنّه نوع من البلاغ، وباب من أبواب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الوارد في قوله تعالى: (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أَخْرِجْتَ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ...) (آل عمران: 110) ⁽¹⁾.

أما كونه مسلكياً، فهذا نابع من أنه إعلام إسلامي، يلتزم تعاليم الإسلام ومنهجه، وهو المسلك القويم، والطريق الصواب لمن أراد النجاة في الدنيا والآخرة؛ لقوله تعالى: (وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَبَرَّقُوا السُّبُلُ فَتَفَرَّقُ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَاعِدُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَقَوَّنَ) (الأنعام: 153)، "والإشارة إلى الإسلام، أي وأنّ الإسلام صراطٌ...، والصراط: الطريق الجادة الواسعة، والمراد الإسلام كما دلّ عليه قوله في آخر السورة: (قُلْ إِنَّمَا هُدَايِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيمًا...)" (الأنعام : 161)؛ لأنّ المقصود منها تحصيل الصلاح في الدنيا والآخرة فشبّهت بالطريق الموصل السائر فيه إلى غرضه ومقصدته، ولما شبه الإسلام بالصراط وجعل كالشّيء المشاهد صار كالطريق الواضح البيّنة فادعى أنه مستقيم، أي لا اعوجاج فيه لأنّ الطريق المستقيم أيسر سلوكاً على السائر وأسرع وصولاً به" ⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 13)، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 14).

⁽²⁾ التحرير والتقوير - ابن عاشور - 172/8.

ثانياً: الإعلام الإسلامي حر يتميز بشرف الغاية والمقصد

بشرط ألا يؤدي إلى إيذاء الآخرين، فهذه الحرية مقيدة بالأخلاق والأدب؛ لقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخُرُ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يُكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نَسَاءٌ مِّنْ نَسَاءٍ عَسَى أَنْ يُكَفَّرَ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابِرُوا بِالْأَقْبَابِ إِنَّ الْفُسُوقَ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ) (الحجرات: 11)، بينما رتب القرآن الكريم العقاب الشديد لمن يخالف ضوابط هذه الحرية، ويستغلها بطريقة سيئة، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يُجْهُونَ أَنْ تَشْيَعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (النور: 19)، فحرية الاعتقاد، وحرية الرأي والتعبير من أبرز الحريات الإعلامية التي ينبغي مراعاتها، والحرية أصل مقرر، لا ينبغي أن يكون أدلة للتحكم في الناس، أو تسخيرهم واللعب بعقولهم⁽¹⁾.

وقد نص النبي ﷺ على هذه الحرية المشروطة، حيث روى أبو هريرة t أن النبي ﷺ قال: (لا تحاسدوا، ولا تناجشو، ولا تبغضوا، ولا تدابروا، ولا يبع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخواناً، المسلم أخو المسلم، لا يظلمه، ولا يخذله، ولا يحرقه، التقوى هاهنا - ويشير إلى صدره ثلاثة مرات - ، بحسب أمره من الشر أن يقر أخاه المسلم، كل المسلم على المسلم حرام، دمه، وماله، وعرضه)⁽²⁾.

ثالثاً: الإعلام الإسلامي قائمه على الصدق

فالصدق في القول هو أساس الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح في المجتمع المسلم، فقال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) (التوبه: 119).

كما جاء النهي عن الكذب بكل صوره وأشكاله، ومن ذلك قوله تعالى: (إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذَبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ) (النحل: 105)، وقوله: (... فاجتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ واجتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ) (الحج: 30).

وقد جمع النبي ﷺ بين الحث على الصدق، والنهي عن الكذب، فيما رواه عبد الله بن مسعود t، حيث قال ﷺ: (عليكم بالصدق، فإن الصدق يهدي إلى البر، وإن البر يهدي إلى الجنة، وما يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً، وما يكمل الكذب، فإن

⁽¹⁾ انظر: نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 85)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د.صلاح حماد ود.أحمد حماد - (ص: 11).

⁽²⁾ أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الأدب - باب ما ينهى عن التحاسد والتداير وقوله تعالى "وَمَنْ شر حاسد إِذَا حَسَد" - 173/4 - (حديث: 6064)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب البر والصلة والأدب - باب تحريم ظلم المسلم وخدله واحتقاره ودمه وعرضه وماله - (ص: 990) - (حديث: 2564) واللفظ له.

الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وما يزال الرجل يكذب ويتحرج من الكذب، حتى يكتب عند الله كذاباً⁽¹⁾.

فإن الإعلام قائم على الكلمة، التي ينبغي أن تكون نابعة من الرؤية الإسلامية، من خلال:

(1) **صدق الخبر**: الذي يعني الالتزام بالحقيقة المجردة دون زيادة أو نقصان؛ لأن الإعلام الإسلامي إعلام موثق، لا يتسرّع في نشر الخبر ابتعاه السبق الصحفي، فهو يتوكى الدقة والموضوعية الأمينة، ويرحص على التأكد من صحة الأنباء، وهذا مضمون قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءُكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوْا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِّبُّوْا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6)⁽²⁾.

ويترتب على هذه الخاصية عدم إثارة الإعلام للخلاف والفتن والاضطرابات، واهتمامه بصالح الأمة العام، حيث قال تعالى: (لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهَرُ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلَيْمًا) (النساء: 148).

(2) **صدق الصياغة**: فالخبر لا يختلف، لكننا نسمعه عبر الوسائل الإعلامية بصور متعددة، وهذا نابع من السياسات الإعلامية المختلفة، مما يحتم على وسائل الإعلام الإسلامي الالتزام بالأمانة في نقل الخبر، وفي صياغته، دون تهويل أو تهويل، فيجب أن تكون الصياغة بصورة موضوعية، لا تدخل للأهواء فيها، وهذا ينبع من: قوة الإيمان، الذي يحتم الالتزام بالحق وحده، وأنه حسبة الله سبحانه وتعالى، يقوم به القائم على الاتصال مبتغيًا في ذلك الأجر والثواب من الله عز وجل، لقوله تعالى: (إِنَّمَا تُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ تَأْوِيلُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكُورًا) (الإنسان: 10)، والإعلام هو نوع من الغذاء العقلي المعرفي⁽³⁾.

(3) **صدق المقصد**: فمن مميزات الإعلام الإسلامي، أنه يهدف إلى صلاح البشر وخيرهم، وهذا لا يتم إلا إذا كانت الرسائل الإعلامية المنشورة عبر وسائل الإعلام هادفة لتحقيق ذلك، وليس مجرد عرض أفكار قد تحمل في طياتها سموماً، أو مجرد لغو لإضاعة الوقت وتبيئة البرامج، فقد قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا & يُصْلِحُ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرُ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا) (الأحزاب: 70، 71).

⁽¹⁾ أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الأدب - باب قول الله تعالى "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّالِقِينَ" - 180/4 - (حديث: 6094)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب البر والصلة والآداب - باب فبح الكذب وحسن الصدق وفضله - (ص: 1007) - (الحديث: 2607) واللفظ له.

⁽²⁾ انظر: مدخل على علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 28)، أصوات على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 14).

⁽³⁾ انظر: أصوات على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 15).

(4) **صدق الحكم**: ذلك أن من أهداف الإعلام تزويد الناس بالمعلومات التي تساعدهم على تكوين رأي سديد في كل مجالات حياتهم، ولهذا لا بد أن يكون الإعلام متحرراً من الأهواء والشبهات، فيكون نزيفها في حجمه على الأمور وتقديره لها⁽¹⁾.

رابعاً: الإعلام الإسلامي واقعي

وليس المقصود هنا الخضوع ل الواقع ومسائرته، وإنما الواقعية المستمدة من موافقة المنهج للفطرة البشرية والحياة الإنسانية على وجه العموم⁽²⁾، وهذا من جانبين:

(1) **الواقعية المنهجية**: التي تعني موافقة الإعلام الإسلامي للفطرة البشرية، وتلاؤمه مع المنهج الإسلامي العام في بناء الحياة البشرية الصالحة في كل جوانبها، من خلال الأسس الثلاث الموضحة في قوله تعالى: (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجْتُ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ...) (آل عمران: 110)، وهي الدعوة للخير، والأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر.

(2) **الواقعية التطبيقية**: التي تعتمد على الأسلوب المتبع في الإعلام، والذي ينبغي أن يكون قائماً في الإعلام الإسلامي على الكلمة الطيبة، والحكمة والموعظة الحسنة؛ لأن الفطرة البشرية مهما بلغ انحرافها لا تستطيع أن تتذكر الكلمة الطيبة، حتى وإن لم تستجب لها. وقد وضح النبي ﷺ الآثار المترتبة على عدم الواقعية في عرض الأمور، ففي الحديث الذي رواه أبو موسى t يقول: (سمع النبي ﷺ رجلاً يثني على رجل ويطريقه في المدح، فقال: أهلكتم أو قطعتم ظهر الرجل)⁽³⁾، وفي الحديث إشارة إلى كراهية المغالاة في الأمور.

خامساً: الإعلام الإسلامي شمولي

وهي صفة يكتسبها من كونه [إعلاماً إسلامياً]، وبالتالي يجب أن يكون قادراً على مخاطبة الناس كافة والتأثير فيهم، وتحقيق هذه الصفة من خلال التكامل في شتى الجوانب التي تلبى حاجات الحياة الإنسانية الصالحة للبشرية جماعة، فالإعلام الإسلامي عام شامل، عموم الإسلام وشمولي، يعبر عن العقيدة والأحكام والأداب والأخلاق، يتناول كل ما يتعلق بالفرد والجماعة في جميع الظروف والأوقات، فقد قال تعالى: (وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى

⁽¹⁾ انظر: نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 87)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د.صلاح حماد ود.أحمد حماد - (ص: 9).

⁽²⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د.صلاح حماد ود.أحمد حماد - (ص: 9)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 29).

⁽³⁾ أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الشهادات - باب ما يكره من الإطناب في المدح وليقيل ما يعلم - 226/2 - (حديث: 2663)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الزهد والرقائق - باب النهي عن المدح إذا كان فيه إفراط وخيف منه فتنة - (ص: 1144) - (حديث: 3001).

وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ) (النحل: 89)⁽¹⁾، وقال تعالى أيضًا: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِلْعَالَمِينَ) (الأنباء: 107).

سادساً: الإعلام الإسلامي يتميز بالثبات والمرونة

أما الثبات فيقصد به: ثبات الأسس التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي ومبادئه، وكذلك ثبات الأهداف والغايات في كل زمان ومكان.

بينما تعني المرونة: مقدرة الفكر الإعلامي الإسلامي على مواكبة كافة التطورات والتغيرات التي تحدث في الحياة البشرية، إضافة إلى توجيه كافة الأنشطة البشرية للطريق الصحيح، وتتحقق هذه المرونة في استخدام الوسائل الإعلامية المتطورة، وتنوع الأساليب؛ حتى يمكن الإعلام الإسلامي من تحقيق نتائجه وآثاره المرجوة منه، شريطة أن تكون هذه الوسائل مشروعة.

والصدق في الإعلام الإسلامي، يلاحظ أنه تميز بهذا الثبات وهذه المرونة، فعبر العصور تتنوع أساليبه ووسائله، فالقرآن الكريم كما أوضحتنا سابقاً هو أساس الإعلام الإسلامي⁽²⁾، وقد لجأ لتتنوع الأساليب في العرض والبيان، وهو أمر سيأتي مزيد إيضاح له في الفصل الثالث بإذن الله عـ، كما أن النبي ﷺ تتنوع وسائله وأساليبه الإعلامية، مما كان له أعظم الأثر في المتلقين حينها⁽³⁾.

سابعاً: الإعلام الإسلامي ملتزم بقيم الإسلام وتعاليمه

فهو إعلام مسئول عن الوفاء بالتزاماته، وينطلق في ذلك من أداء الأمانة بكافة الأساليب والوسائل المختلفة والمتنوعة⁽⁴⁾، وفي هذا يقول الله عـ: (إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَابْتَيْنَ أَن يَحْمِلُنَّهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمِلَهَا إِنَّهُ كَانَ ظُلُومًا جَهُولًا وَلِيُعَذِّبَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْمُشْرِكِينَ وَالْمُشْرِكَاتِ وَيَتُوبَ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا) (الأحزاب: 72، 73).

ثامناً: الإعلام الإسلامي إعلام منظم مسئول

ويتحقق هذا التنظيم من وقوعه تحت المسئولية وإشراف أولي الأمر، مما يتربّ عليه رعاية مصالح الأمة، والمحافظة عليها من خلال الحفاظ على العقائد، والآداب، والأخلاق، وغيرها، ويعتبر تنظيم الإعلام من أهم المتطلبات في هذه الأيام؛ نتيجة قدرته الإقناعية، وتأثيره

⁽¹⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د.صلاح حماد ود.أحمد حماد - (ص: 10)، أصوات على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 17)، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 17).

⁽²⁾ انظر: الفصل الأول - المطلب الثاني: القرآن أساس الإعلام - (ص: 40).

⁽³⁾ انظر: أصوات على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 18).

⁽⁴⁾ انظر: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د.محب الدين عبد الحليم - (ص: 37).

الكبير ⁽¹⁾، وقد قال تعالى: (وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسُتُّرُونَ إِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيَنْبَئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ) (التوبه: 105).

وقد ورد في الحديث الشريف، عن أبي هريرة *t* أنه سمع النبي *s* يقول: (إن العبد ليتكلم بالكلمة ما يتبع فيها، يزل بها في النار أبعد مما بين المشرق) ⁽²⁾.

تاسعاً: الإعلام الإسلامي واجب على كل فرد حسب طاقته وقد رتبه

وهو إعلام قائم على منهج الإسلام الهاذف، لا يختص بفئة دون أخرى، فعلى كل فرد يستطيع التبليغ والإعلام أن يقوم بالمهمة حسب طاقته، فالنبي *s* كان المبلغ عن ربه *l*، لقوله تعالى: (... وَأَنَزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ) (النحل: 44)، وهو القدوة لكل المسلمين، يقتدون به وبمنهجه وفق طاقاتهم وإمكاناتهم؛ ليصلوا في النهاية إلى أداء مهمتهم في هذه الأرض على أكمل وجه، حيث قال تعالى: (الَّذِينَ إِنْ مَكَانَهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَمْرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَلَلَّهِ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ) (الحج: 41) ⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 87)، أصوات على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 18)،

⁽²⁾ أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الرفاق - باب حفظ اللسان وقول النبي من كان يؤمن بالله واليوم الآخر - 282/4 - (حديث: 6477)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الزهد والرفاق - باب التكلم بالكلمة يهوي بها في النار - (ص: 1141) - (حديث: 2988).

⁽³⁾ انظر: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د. محبي الدين عبد الحليم - (ص: 50)، أصوات على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 17).

المبحث الثاني

مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن

? المطلب الأول:

ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن الكريم

? المطلب الثاني:

اللطائف المستفادة من ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن

? المطلب الثالث:

الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم

المطلب الأول

ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن الكريم

لم نعد في أيامنا هذه بحاجة إلى أن نؤكد الأهمية البالغة، والمكانة الكبيرة التي يحتلها الإعلام في المجتمع المعاصر؛ بعد أن أصبح النشاط الاتصالي جزءاً رئيسياً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات المختلفة، وشريان الحياة في المجتمع البشري.

وحين يكون الحديث عن الإعلام في القرآن الكريم، فلا بد من وقفة مع الجذر الثلاثي لهذه الكلمة، ووروده في القرآن الكريم، وإن الناظر المدقق في القرآن الكريم يلاحظ: **أولاً**: ورود الجذر الثلاثي {علم} ومشتقاته في القرآن الكريم 853 مرة، بلغت المواضع المكية منها 473 موضعاً، تلتها المواضع المدنية، والتي بلغت 375 موضعاً، فيما وردت ثلات مواضع مختلف في مكيتها أو مدنيتها.

ثانياً: بالنظر للسور القرآنية وورود هذا الجذر فيها، نجدها بالصورة التالية:

(1) سور خلت من الجذر الثلاثي ومشتقاته: وبلغت 28 سورة، هي: (القيامة، النازعات، عبس، البروج، الطارق، الغاشية، الفجر، البلد، الشمس، الليل، الضحى، الشرح، التين، القدر، البينة، الزلزلة، العصر، الهمزة، الفيل، قريش، الماعون، الكوثر، الكافرون، النصر، المسد، الإخلاص، الفلق، الناس).

(2) أكثر السور احتواءً للجذر ومشتقاته: سورة البقرة التي ورد فيها 102 مرة؛ ولعل هذا يعود لطولها، حيث شغلت جزأين وثمانية صفحات من القرآن الكريم، تلتها سورة الأنعام حيث ورد فيها 44 مرة، ثم آل عمران والتي كان نصيبها من هذا الجذر ومشتقاته 40 مرة، ثم سورة التوبة 33 مرة، ثم سورة يوسف التي ورد فيها هذا الجذر وبعض مشتقاته 32 مرة.

(3) أقل السور احتواءً على الجذر ومشتقاته: بلغت أربعين سورة، وهي:
• (الدخان، الواقعة، التغابن، الملك، القلم): واحتوت على الجذر الثلاثي أو مشتقاته خمس مرات فقط لكل سورة.

• (مريم، ص، المجادلة، الممتحنة، الجمعة، التكاثر): واحتوت كل سورة منها على الجذر الثلاثي أو مشتقاته أربع مرات.

• (إبراهيم، السجدة، الأحقاف، ق، الجن، المزمول، التكوير، العلق): كان نصيبها من هذا الجذر أو مشتقاته ثلاث مرات في كل منها.

- (الذاريات، الرحمن، الحشر، الصف، المنافقون، الطلاق، التحرير، الحاقة، المعارج، النباء، الانفطار)؛ ورد فيها الجذر أو مشتقاته مرتين في كل سورة.
 - (الطور، القمر، نوح، المدثر، الإنسان، المرسلات، المطففين، الانشقاق، الأعلى، العadiات)؛ ورد فيها الجذر أو أحد مشتقاته مرة واحدة فقط.
 - 4) وبين السور الأكثر احتواءً والأقل احتواءً لهذا الجذر، كان هناك 41 سورة، ورد فيها الجذر الثلاثي ومشتقاته ما يزيد على خمس مرات، ويقل عن ثلاثين مرة.

ثالثاً: صيغ الجذر {علم} ومشتقاته في القرآن الكريم:

١) مادة {علم} ومشتقاتها:

- علمَ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، وقد جاء اثنى عشرة مرة.

علِمَهُ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بهاء المفعول، وجاء مرةً واحدةً، في قوله تعالى: (... لَعِلْمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْطِعُونَهُ مِنْهُمْ ...) (النساء: 83).

علِمْتُ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل ببناء التأنيث الساكنة، وجاء ثلاث مرات.

علِمْتُ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله ببناء المتكلم، جاء في موضع واحد، في قوله تعالى: (وَقَالَ فَرَعَوْنُ يَا أَيُّهَا الْمَلَائِكَةِ إِنِّي عَلِمْتُ لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرِي ...) (القصص: 38).

علِمْتَ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله ببناء المخاطب، جاء في ثلاثة مواضع.

علِمْتَهُ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله ببناء المخاطب، ومتصل بضمير المفعول، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (... إِنْ كُنْتُ قُلْتُهُ فَقَدْ عَلِمْتَهُ ...) (المائدة: 116).

علِمْتُمْ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله ببناء المخاطب، والميم للجمع، جاء في خمسة مواضع.

علِمْتُمُوهُنَّ: فعل ماضٍ مبني على السكون لاتصاله ببناء المخاطب، ومتصل بـ(بـ) بـ(بـ) الجماعة ونون النسوة، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (... فَإِنْ عَلِمْتُمُوهُنَّ مُؤْمِنَاتٍ فَلَا تُرْجِعُوهُنَّ إِلَى الْكُفَّارِ ...) (المتحنة: 10).

علِمْنَا: فعل ماضٍ مبني على السكون لاتصاله بـ(نا) الفاعلين، جاء في ست مواضع.

علِمُوا: فعل ماضٍ مبني على الضم؛ لاتصاله بـ(بـ) الجماعة، وجاء في موضعين فقط (١).

اعْلَمُ: فعل أمر مبني على السكون، للمفرد، جاء أربع مرات.

⁽¹⁾ انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. محمد حسين فهمي الشافعى - (ص: 548، 550).

- اعْلَمُوا: فعل أمر مبني على حذف النون؛ لأن مضارعه من الأفعال الخمسة، متصل بـ**بُوَاوِ الْجَمَاعَةِ**، جاء سبعاً وعشرين مرة⁽¹⁾.
- تَعْلَمْ: فعل مضارع مجزوم بالسكون، جاء في أربعة مواضع.
- تَعْلَمُ: فعل مضارع مرفوع بالضمة، جاء في ستة مواضع.
- تَعْلَمُنَّ: فعل مضارع مرفوع، متصل بنون التوكيد، جاء في موضعين فقط.
- تَعْلَمُهَا: فعل مضارع مرفوع بالضمة، متصل بضمير المؤنث الغائب، وقد جاء في قوله تعالى: (**تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْفِيْبِ نُوحِيْهَا إِلَيْكَ مَا كُنْتَ تَعْلَمُهَا أَنْتَ وَلَا قَوْمُكَ مِنْ قَبْلِ هَذَا ...**) (هود: 49).
- تَعْلَمُهُمْ: فعل مضارع مرفوع بالضمة، متصل بضمير المذكر الغائب، والميم للجمع، وقد جاء في موضع واحد، في قوله تعالى: (... وَمِنْ أَهْلِ الْمَدِيْنَةِ مَرَدُوا عَلَى النِّفَاقِ لَا تَعْلَمُهُمْ نَحْنُ نَعْلَمُهُمْ ...) (النور: 101).
- تَعْلَمَ: فعل مضارع منصوب بالفتحة، في موضعين فقط⁽²⁾.
- تَعْلَمُوا: فعل مضارع منصوب بـ**حذف النون**؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بـ**بُوَاوِ الْجَمَاعَةِ**، جاء خمس مرات.
- تَعْلَمُوهُمْ: فعل مضارع مجزوم بـ**حذف النون**؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بـ**بُوَاوِ الْجَمَاعَةِ** وـ**هَاءِ الْغَائِبِ** وميم الجمع، في موضع واحد، في قوله تعالى: (... وَلَوْلَا رِجَالٌ مُؤْمِنُونَ وَنِسَاءٌ مُؤْمِنَاتٌ لَمْ تَعْلَمُوهُمْ أَنْ تَطَوَّهُمْ ...) (الفتح: 25).
- تَعْلَمُونَ: فعل مضارع مرفوع بـ**بِثْبُوتِ النون**؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بـ**بُوَاوِ الْجَمَاعَةِ**، وجاء أربع مرات.
- تَعْلَمُونَهُمْ: فعل مضارع مرفوع بـ**بِثْبُوتِ النون**؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بـ**بُوَاوِ الْجَمَاعَةِ** وـ**هَاءِ الْغَائِبِ** وميم الجمع، في موضع واحد، في قوله تعالى: (... وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ...) (الأنفال: 60)⁽³⁾.
- نَعْلَمْ: فعل مضارع مجزوم بالسكون، وجاء في سبعة مواضع.
- نَعْلَمْ: فعل مضارع منصوب بالفتحة الظاهرة، وجاء في خمسة مواضع.

⁽¹⁾ انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د.حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 87).

⁽²⁾ المرجع السابق - (ص: 328).

⁽³⁾ المرجع السابق - (ص: 330).

- **نَعْلَمُهُمْ:** فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، ومتصل بباء المفعول، والميم للجمع، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (...وَمِنْ أَهْلِ الْمَدِينَةِ مَرَدُوا عَلَى النَّفَاقِ لَا تَعْلَمُهُمْ نَحْنُ نَعْلَمُهُمْ...) (التوبه: 101) ⁽¹⁾.
- **يَعْلَمُ:** فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، وقد جاء خمسةً وسبعين مرة، بينما جاء متصلةً بباء الضمير للمفرد (يَعْلَمُهُ) في موضعين، ومتصلةً بباء الضمير وميم الجمع (يَعْلَمُهُمْ) في ثلاثة مواضع.
- **يَعْلَمَ:** فعل مضارع منصوب بالفتحة الظاهرة، وقد جاء أربعة عشر مرةً، وجاء متصلةً بباء الضمير (يَعْلَمُهُ) مرةً واحدةً، في قوله تعالى: (أَوَلَمْ يَكُنْ لَهُمْ آيَةً أَنْ يَعْلَمَهُ عُلَمَاءُ بَنِي إِسْرَائِيلَ) (الشعراء: 197).
- **يَعْلَمُ:** فعل مضارع مجزوم بالسكون، وقد جاء ثلاط مرات، وجاء متصلةً بباء الضمير (يَعْلَمُهُ) في موضعين.
- **يُعْلَمَ:** فعل مضارع مبني للمجهول، منصوب بالفتحة الظاهرة، جاء في موضع واحد، في قوله تعالى: (...وَلَا يَضْرِبُنَّ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ...) (النور: 31).
- **يَعْلَمُونُ:** فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنـه من الأفعال الخمسة، وقد جاء في تسعين موضعاً.
- **يَعْلَمُوا:** فعل مضارع منصوب بحذف النون في ثلاثة مواضع.
- **يَعْلَمُوا:** فعل مضارع مجزوم بحذف النون في أربعة مواضع.
- **يَعْلَمَنَّ:** فعل مضارع مبني على الفتح لاتصالـه بنون التوكيد، جاء في أربعة مواضع ⁽²⁾.
- **عِلْمٌ:** مصدر، جاء مرفوعاً ثلاثةً وعشرين مرةً في القرآن الكريم، بينما جاء منصوباً في سبعة وعشرين موضعاً، وجاء مجروراً بحرف الجر في أربعة وأربعين موضعاً.
- **عِلْمٌهُ:** مصدر مجرور بالإضافة إليه في خمسة مواضع.
- **عِلْمٌهَا:** مصدر مرفوع مضاف لغيره، وجاء في أربعة مواضع.
- **عِلْمٍي:** مصدر مرفوع بضم مقدر؛ لاشتغالـه بحركة المثلـة المناسبة في موضع واحد، في قوله تعالى: (قَالَ وَمَا عِلْمِي بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) (الشعراء: 112).
- **عِلْمُهُمْ:** مصدر مرفوع مضاف لضميرـ الجمع، في موضع واحد، في قوله تعالى: (بِلِ ادَّارَكَ عِلْمُهُمْ فِي الْآخِرَةِ...) (النمل: 66) ⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 876).

⁽²⁾ المرجع السابق - (ص: 950).

⁽³⁾ المرجع السابق - (ص: 549، 551).

- عَالِمٌ: اسم فاعل للمفرد، جاء ثلاثة عشرة مرةً في القرآن الكريم، منها سبعة مواضع في موضع رفع، وموضع واحد في حالة النصب، في قوله تعالى: (قُلِ اللَّهُمَّ فَاطِرُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ...) (الزمر: 46)، والمواضع الخمس الباقية في حالة الجر.
 - عَالِمُونَ: اسم فاعل على صيغة جمع المذكر السالم، جاء في حالة الرفع في موضع واحد، هو قوله تعالى: (وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْلَمُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ) (العنكبوت: 43)، مقابل أربع في حالة الجر بالياء⁽¹⁾.
 - عَلَمَاءٌ: جمع تكسير، وجاء في مواضعين⁽²⁾.
 - أَعْلَمٌ: اسم تقضيل ورد مررتين في القرآن الكريم⁽³⁾.
 - عَلَامٌ: صيغة مبالغة على وزن (فعال)، وردت أربع مرات⁽⁴⁾.
 - عَلِيمٌ: صيغة مبالغة على وزن (فيعيل)، جاءت مرفوعة مائةً وتسعاً وعشرين مرةً، بينما جاءت منصوبة في اثنين وعشرين موضعاً، مقابل عشرة مواضع مجرورة⁽⁵⁾.
 - معلوم: اسم مفعول جاء مفرداً ست مرات، وجاء جمعاً في مواضعين⁽⁶⁾.
- (2) مادة {علم} ومشتقها:**
- عَلَمَكَ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بضمير المخاطب، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (... وَعَلِمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا) (النساء: 113).
 - عَلَمَنِي: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بضمير المتكلم، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (... ذَلِكُمَا مِمَّا عَلِمَنِي رَبِّي...) (يوسف: 37).
 - عَلَمْكُمْ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بكل المخاطب، وميم الجمع، وجاء أربع مرات في القرآن الكريم.
 - عَلَمَه: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بضمير المفعول، وقد ورد أربع مرات.
 - عَلِمْتَ: فعل ماضٍ مبني للمجهول، مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المخاطب، وقد وردمرةً واحدةً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَيْتُكَ عَلَى أَنْ تُعْلَمَنَ مِمَّا عَلِمْتَ رُشْدًا) (الكهف: 66).

⁽¹⁾ انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 530).

⁽²⁾ المرجع السابق - (ص: 550).

⁽³⁾ المرجع السابق - (ص: 87).

⁽⁴⁾ المرجع السابق - (ص: 548).

⁽⁵⁾ المرجع السابق - (ص: 565).

⁽⁶⁾ المرجع السابق - (ص: 797).

- عَلِمْتُمْ**: فعل ماضٍ مبنيٍ للمجهول، مبنيٍ على السكون؛ لاتصاله بـ**باء الفاعل**، وميم الجمّع، وقد ورد مرّةً واحدةً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (...وَعَلِمْتُمْ مَا لَمْ تَعْلَمُوا أَنْتُمْ وَلَا آباؤكُمْ...) (الأنعام: 91).

عَلِمْنَا: فعل ماضٍ مبنيٍ للمجهول، مبنيٍ على السكون؛ لاتصاله بـ**(نا) الفاعلين**، وقد ورد في موضع واحد من القرآن، في قوله تعالى: (...وَقَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ عُلِّمْنَا مَنْطِقَ الطَّيْرِ...) (النمل: 16).

عَلِمْتُكَ: فعل ماضٍ مبنيٍ على السكون؛ لاتصاله بـ**باء المتكلّم**، وضمير المخاطب المفعول، وقد ورد مرّةً واحدةً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (وَإِذْ عَلِمْتُكَ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَالْتَّوْرَةَ وَالْإِنْجِيلَ...) (المائدة: 110).

عَلِمْتُمْ: فعل ماضٍ مبنيٍ على السكون؛ لاتصاله بـ**باء المخاطب**، وميم الجمّع، وقد ورد مرّةً واحدةً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (...وَمَا عَلِمْتُمْ مِنَ الْجَوَارِ مُكَلِّبِينَ...) (المائدة: 4).

عَلِمْتَنَا: فعل ماضٍ مبنيٍ على السكون؛ لاتصاله بـ**باء المخاطب**، وـ**(نا) المفعولين**، وقد ورد مرّةً واحدةً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلِمْنَا...) (البقرة: 32).

عَلِمْتَنِي: فعل ماضٍ مبنيٍ على السكون؛ لاتصاله بـ**باء المخاطب**، وـ**نون الوقاية** مع **ياء المتكلّم المفعول**، وقد ورد مرّةً واحدةً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (رَبُّ قَدْ أَتَيْتَنِي مِنَ الْمُلْكِ وَعَلِمْتَنِي مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ...) (يوسف: 101).

عَلِمْنَاهُ: فعل ماضٍ مبنيٍ على السكون؛ لاتصاله بـ**(نا) الفاعلين**، وهاء المفعول، وقد ورد أربع مرات.

نُعْلَمَهُ: فعل مضارع منصوبٌ بالفتحة الظاهرة، ومتصلٌ بهاء الضمير المفعول، في قوله تعالى: (...وَلَنُعْلَمَهُ مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ...) (يوسف: 21) ⁽¹⁾.

تُعلَمَنِ: فعل مضارع منصوبٌ بالفتحة الظاهرة، والنون للوقاية، وـ**ياء المتكلّم محفوظة**، وقد ورد بهذه الصورة مرّةً واحدةً في قوله تعالى: (قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَيْتُكَ عَلَى أَنْ تُعلَمَنَ مِمَّا عُلِّمْتَ رُشْدًا) (الكهف: 66) ⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر : الدليل المفهوي لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعى - (ص: 876).

المرجع السابقة - (ص: 329).⁽²⁾

- **تُعلّمون**: فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنّه من الأفعال الخمسة، ومتصل بـ**واو الجماعة**، وقد ورد مرتين⁽¹⁾.
- **يُعلّمان**: فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنّه من الأفعال الخمسة، وقد ورد بهذه الصورة في قوله تعالى: (... وَمَا يُعْلَمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّىٰ يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فَتَّةٌ فَلَا تَكْفُرْ...) (البقرة: 102).
- **يُعلّمُة**: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، ومتصل بضمير المفعول، وقد ورد بهذه الصورة في موضعين.
- **يُعلّمُكُمْ**: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، متصل بكل المفعول، وميم الجمع، وقد ورد في موضعين.
- **يُعلّمُهُمْ**: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، ومتصل بضمير المفعول، وميم الجمع، وقد ورد بهذه الصورة في ثلاثة مواضع.
- **يُعلّمون**: مرفوع بثبوت النون؛ لأنّه من الأفعال الخمسة، والواو للجمع، وذلك في قوله تعالى: (... وَمَا كَفَرَ سُلَيْمَانٌ وَلَكِنَ الشَّيَاطِينَ كَفَرُوا يَعْلَمُونَ النَّاسَ السَّحْرُ...) (البقرة: 102)⁽²⁾.
- **تعلّم**: فعل مزید بالتاء والتضييف، ورد بصيغة الماضي {**يَتَعَلَّمُونَ**} في موضعين⁽³⁾.
- **مُعلّم**: اسم مفعول ورد مرة واحدة في سورة الدخان، في قوله تعالى: (ثُمَّ تَوَلَّوْا عَنْهُ وَقَالُوا مُعلّمٌ مَجْنُونٌ) (الدخان: 14)⁽⁴⁾.

(3) مادة {أعلم} ومشتقاتها:

- **أعلم**: جاءت مجرورة مرتين في القرآن الكريم⁽⁵⁾.
- **أَعْلَم**: فعل مضارع، جاء مرفوعاً ثمانية وخمسين مرة⁽⁶⁾.

وبهذا العرض:

يظهر واضحاً مدى اهتمام القرآن الكريم بالجزر الثلاثي {علم} ومشتقاته، ولعل في هذا إشارة إلى الدور الكبير للعلم، والآثار المترتبة عليه وعلى نشره، عبر وسائل الإعلام منذ القدم وحتى العصر الحديث، مما يدلّ على القوة التأثيرية الكبيرة لهذه الوسائل الإعلامية.

⁽¹⁾ انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 330).

⁽²⁾ المرجع السابق - (ص: 950).

⁽³⁾ المرجع السابق - (ص: 922).

⁽⁴⁾ المرجع السابق - (ص: 797).

⁽⁵⁾ المرجع السابق - (ص: 86).

⁽⁶⁾ المرجع السابق - نفس الصفحة.

المطلب الثاني

اللطائف المستفادة من ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن

من خلال الاستعراض السابق لمادة {علم} في القرآن، يمكننا استتباط مجموعة من الملاحظات الهامة:

أولاً: مشتقات مادة {علم}

تنوعت المشتقات من الجذر الثلاثي {علم} في القرآن الكريم، ما بين الفعل الماضي، والمضارع، والأمر، وما بين صيغ المبالغة، وخطاب الجمع أو المثنى أو المفرد، ومن خلال هذه التصريفات والاشتقاقات، يمكننا ملاحظة ما يلي:

1) **تنوع الضمائر التي أُسند إليها الفعل {علم}**: فلو تتبعنا الفعل {علم} في القرآن الكريم، لوجدناه منسوباً إلى الله تعالى تارةً، وإلى الناس فرادى وجماعات تارةً أخرى، وقد جاء بالتعيم والتخصيص وفي أزمنة مختلفة، وليس هذا على سبيل الحصر، وإنما للدلالة على اتساع معنى اللفظ في اللغة، وفي الاستعمال القرآني؛ حتى يشمل العلم المنسوب إلى كل هؤلاء الفاعلين المختلفين والمتقاوتين في نوع علمهم ومقداره وقدره، فنراه تارةً جاء للمفرد {أعلم}، وأخرى للمثنى {يعلمان}، وثالثة للجمع {يعلمون، تعلمون، اعلموا...}، وهذا فيه دلالة على وجوب وقوع العلم من جميع فئات المجتمع دون استثناء، وضرورة طلبه من مظانه ومواضعه.

2) **ورود الفعل {علم} مرة بالتحقيق وأخرى بالتضعييف**: ولعل ذلك يحمل إشارة إلى أن العلم يمر بعدة مراحل، فأولاً لها: أن يسعى الفرد في طلب العلم بكلفة الطرق والوسائل المعروفة، وثانيهما: أن يقوم بإيصال ما تعلمه من معلومات إلى غيره من أفراد المجتمع.

3) **ورود صيغة المبالغة {عليم، علام} ما يزيد عن 150 مرة**: فيه دلالة على وجوب الاعتناء بطلب العلم، فإنَّ الله لـ قد استعمل بحقه هاتين الصيغتين للمبالغة، وهو كما قال عن نفسه: (... وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيَا) (مريم: 64)، وقال أيضاً: (عَالِمٌ الْغَيْبٌ لَا يَعْزُبُ عَنْهُ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ فِي السَّمَاوَاتِ وَلَا فِي الْأَرْضِ وَلَا أَصْفَرُ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْبَرُ...) (سبأ: 3)، ومن باب أولى أن نعتني نحن بطلب العلم وحفظه وتعاهده، فالإنسان كما وصفه تعالى: (... وَخَلَقَ الإِنْسَانَ ضَعِيفًا) (النساء: 28)، وحتى يكتمل التعاهد، خلق المولى لـ الإنسان، وزوده بالمعارف والحواس المختلفة، قال تعالى: (الرَّحْمَنُ & عَلَمَ الْقُرْآنَ & خَلَقَ الإِنْسَانَ & الَّذِي عَلَمَهُ الْبَيَانَ) (الرحمن: 1-4).

(4) كثرة ورود مادة {علم} في القرآن الكريم: يحمل إشارة إلى أهمية العلم، وما يتربّط عليه من منافع لا بد من العمل بها، وأن في تركها مضاراً كثيرة ينبغي تجنبها.

ثانياً: من خلال زمن نزول هذه الموضع

وردت مادة {علم} ومشتقاتها 853 مرّة في القرآن الكريم، لكن الملاحظ يرى ورودها في الآيات المكية جاء بنسبة أكبر من ورودها في الآيات المدنية، فقد ورد 473 موضعاً في الآيات المكية، مقابل 375 في الآيات المدنية، ولعل هذا كان نتيجةً للطبيعة العربية التي سادت في تلك المرحلة، حيث قاموا بمجادلة النبي ﷺ دون أي علم، بل كانت كل حجتهم (وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ أَتَّبَعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا أَنْفَقْنَا عَلَيْهِ أَبَاءَنَا ...) (البقرة: 170)، فهو جدال نتيجة للعناد، دون أن يكون قائماً على علم أو أي حجة، وهذا لا يُعدُّ علمًا بأي حال من الأحوال، فكانت الدواعي لبيان أهمية العلم، وحقيقة، والدعوة إليه في العهد المكي أكثر.

أما في المدينة المنورة، فقد اختلف الحال؛ نتيجةً كثرة الإقبال على الدين، وشدة الاقتتال به، فكانت أكثر المجادلات من أهل الكتاب، الذين نعى عليهم القرآن ذلك، وذمهم بأنهم أهل كتب وأهل علم، وأن خلافهم بعرض البغي ليس إلا، فقال تعالى: (إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْعِلْمُ بِغَيَّرِ بَيْنَهُمْ وَمَنْ يَكْفُرُ بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ) (آل عمران: 19).

ثالثاً: المقصود بالعلم في القرآن الكريم

العلم في القرآن يشمل كل العلوم، سواءً أكانت علوم الدين أم علوم الدنيا، وكل ما يكشف للإنسان حقيقة لا يعلمها، أو تزيده علمًا فهو من العلوم.

فالعلم في القرآن ليس كما يقتصر البعض على العلم الديني فقط، بدليل قوله تعالى: (وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ النُّجُومَ لِتَهْتَدُوا بِهَا فِي ظُلُمَاتِ الْبَرِّ وَالْبَحْرِ قَدْ فَصَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ) (الأنعام: 97)، فال فعل يعلمون هنا، يعني معرفتهم بعلم النجوم والاهتداء بها في ظلمات البر والبحر، وكذلك في قوله تعالى: (وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ الْسِنَّتِكُمْ وَالْوَانِكُمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِلْعَالَمِينَ) (الروم: 22)، فإن المراد بالعالمين هنا: هم العلماء العارفون باختلاف اللغات والألوان.

فالعلم في القرآن ليس محصوراً في علم بعينه، بل يشمل العلم الكوني، والعلم الرياضي، والعلم الطبيعي، والعلم الإنساني، ويُعدُّ هذا كله داخلاً في العلم الذي جاء به القرآن وأثنى عليه وعلى أهله.

رابعاً: الصفات التي تتواجد مع لفظ العلم في القرآن الكريم

بالتدقيق والتمحیص، نجد أن صفة {علیم}، تكررت معها مجموعة من الصفات، منها: {سميع، حکیم، واسع}، لكن الملفت للنظر هو في قوله تعالى: (فَوَجَدَا عَبْدًا مِنْ عِبَادِنَا آتَيْنَاهُ رَحْمَةً مِنْ عِنْدِنَا وَعَلَّمْنَاهُ مِنْ لَدُنَّا عِلْمًا) (الکھف: 65)، فقد جعل صفة الرحمة مع صفة العلم. وإننا لو أمعنا النظر فيما حولنا، لوجدنا أن العلوم والمخترعات إما أن تكون نتيجة علم ورحمة، فيكون فيها خير البشرية، وإما أن يكون العالم الصانع لها خالياً من الرحمة، ومجراً من مشاعر الإنسانية، فيخترع ما يسبب الدمار.

وليس ببعيد عنا ما حدث في حرب الفرقان على قطاع غزة⁽¹⁾، من استعمال لقاب الفسفورية والأسلحة المدمرة، فهذه مخترعات نتيجة العلم، لكن صانعها كان خالياً من الرحمة فجاءت مخترعاته بهذه الصورة المدمرة، فيلحق صانعها من الإثم مثل ما يلحق من ألقاها على الآمنين، كما هو الحال في الخمر، فعن أنس بن مالك t قال: لعن رسول الله ﷺ في الخمر عشرة: "عاصرها، ومتصرها، وشاربها، وحاملها، والمحمولة إليه، وساقيها، وبائعها، وأكل ثمنها، والمشتري لها، والمشترأ له"⁽²⁾.

أما مجيء صفات السمع والحكمة والبصر وغيرها مع العلم، فقد فصل العلماء فيها وأطلقوا، لبيان العلاقة والصلة بينها من جهة، وبين العلم من جهة أخرى، مما يطول حصره وعرضه في هذه العجالة.

خامساً: العلم الصحيح مرتبط بتقديم الدلائل والبراهين

فإن كثيراً من المواضيع التي جاء فيها الأمر بالعلم، كان قبلها تقديم للأدلة والبراهين، ومثال ذلك في قصة سيدنا إبراهيم لـ حين طلب من الله لـ أن يريه كيفية إحياء الموتى، وجاء في ختام القصة الأمر الإلهي له بأن يعلم أن الله عزيز حكيم، لكنه لم يأمره بهذا إلا بعد أن قدم له أيضاً لكيافية الإحياء؛ حتى يعلم منها مدى عزة الله وحكمته، فقال تعالى: (وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَىٰ قَالَ أَوْلَمْ تُؤْمِنْ قَالَ بَلٌ وَلَكَ لِيَطْمَئِنَّ قَلْبِي قَالَ فَخُذْ أَرْبِعَةً مِنَ الطَّيْرِ فَصُرْهُنَّ إِلَيْكَ ثُمَّ اجْعَلْ عَلَىٰ كُلِّ جَبَلٍ مِنْهُنَّ جَزْءًا ثُمَّ ادْعُهُنَّ يَا تَبَّانِكَ سَعِيًّا وَاعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (البقرة: 260).

وفي الآية السابقة لهذه الآية، مزيد إيضاح وبيان، حيث قال تعالى: (أَوْ كَالَّذِي مَرَّ عَلَىٰ قَرْيَةً وَهِيَ خَاوِيَّةٌ عَلَىٰ عُرُوشِهَا قَالَ أَنِّي يُحِيِّي هَذِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا فَأَمَّا تَهُمُّ مِائَةً عَامٍ ثُمَّ بَعْثَهُ قَالَ كَمْ لِبَثَّتَ قَالَ لِبَثَّتُ

⁽¹⁾ هي الحرب التي شنها الجيش الإسرائيلي على قطاع غزة ابتداءً من يوم السبت 27/12/2008م، وامتدت اثنين وعشرين يوماً.

⁽²⁾ انظر الحديث الذي أخرجه: الترمذی في سننه - كتاب البيوع عن رسول الله ﷺ - باب النهي عن أن يتخذ الخمر خلاً - (حديث: 1299) - 47/3 - وقال: حديث غريب من حديث أنس، وقد روی نحوه عن ابن عباس وابن مسعود وابن عمر عن النبي ﷺ.

يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالَ بَلْ لِيْتُ مِائَةً عَامًا فَانظُرْ إِلَى طَعَامِكَ وَشَرَابِكَ لَمْ يَتَسَّهُ وَانظُرْ إِلَى حِمَارِكَ وَلْنَجْعَلَكَ آيَةً لِلنَّاسِ وَانظُرْ إِلَى الْعِظَامِ كَيْفَ تُنْشِرُهَا ثُمَّ تَكْسُوْهَا لَحْمًا فَلَمَّا تَبَيَّنَ لَهُ قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ) (البقرة: 259).

فقد انتهت الآية بقوله تعالى: (قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ)، لكنه لم يقل هذه العبارة إلا بعد وجود دلائل أو صلتنه لهذا العلم.

لأجل هذا، تعدد الأمر الإلهي في القرآن الكريم بوجوب التثبت والتبين من الأخبار والمعلومات، إضافة إلى تقديم الحجج والبراهين والأدلة على صدق الأخبار والمعلومات، حتى بات ذلك من أهم المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي.

مما سبق كله:

يتبيّن لنا أهمية العلم، ودقة القرآن الكريم في استعمالاته، ولكن يبقى السؤال المطروح هو: لماذا لم يأت لفظ {الإعلام} في القرآن الكريم؟ وكيف يمكننا أن نستوضح مقومات الإعلام وأساليبه وضوابطه إن لم يصرح بها القرآن الكريم، وهو ما سيأتي بيانه في المطلب الثالث بإذن الله ﷺ.

المطلب الثالث

الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم

نزل القرآن الكريم رسالة للبشرية كافة، جاء هادياً ومعجزاً حتى قيام الساعة، كما جاء شاملاً لكافة ما يحتاجون، (... مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَى رَبِّهِمْ يُحَشِّرُونَ) (الأعراف: 38)؛ ولهذا كان لا بد أن يحمل طابعاً إعلامياً، وأن يتم من خلال أساليب مؤثرة في النفوس؛ ونتيجة لهذا التأثير، تعمق القرآن وتغلغل في النفوس البشرية.

لذلك، فإن أي حديث عن الإعلام الإسلامي لا بد أن تكون انطلاقته من كتاب الله ع، وسنة نبيه ﷺ، سواءً في الجوانب النظرية، أو التطبيقات العملية؛ لقوله تعالى: (وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخَيْرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ وَمَنْ يَعْصِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلَالًا مُّبِينًا) (الأحزاب: 36).

وفي المطابقين السابعين، أوضحت الباحثة أن مادة {علم} تكررت بصيغ عديدة، لكنها لم تتضمن لفظ {الإعلام} صراحة، وإنما جاءت مشتقات هذا اللفظ، حاملةً بين جنباتها بعض الدلالات الهامة في موضوع الإعلام، كوجوب التثبت، وتقديم الدلائل والبراهين؛ حتى يتحقق العلم على أكمل وجه.

لكن نظرة تدقيق وتمحیص، تُبين أن الحديث عن الإعلام لم يكن منعدماً في القرآن الكريم بانعدام ورود لفظ {الإعلام} صراحة فيه، حيث استعملت بدلاً منه مجموعة من الألفاظ الأخرى، التي تعبّر عن بعض وظائف الإعلام.

فحينما كان الاستعمال للفظ {البلاغ}، سواءً بصيغة الفعل (يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلَّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنَّ لَمْ تَفْعُلْ فَمَا بَلَّغْتَ رَسَالَتَهُ ...) (المائدة: 67)، أو بصيغة المصدر (هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلَيُنذَرُوا بِهِ وَلَيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ اللَّهُ وَاحِدٌ وَلَيَذَكُرُ أُولُوا الْأَلْبَابِ) (إبراهيم: 52).

وقد ورد لفظ {البلاغ} ومشتقاته، ما يزيد عن ستين مرةً في القرآن الكريم⁽¹⁾، والبلاغ والتبلیغ هما مصطلحان دالان على إعلان الدعوة الإسلامية، وإعلام الناس جميعاً بما تضمنته من أحكام وأخبار، حتى قيل: "والبلاغ المبين بمقوماته الثلاثة: التوصيل، والتعريف، والإقناع،

⁽¹⁾ انظر: الدليل المفہرس لألفاظ القرآن الكريم - د.حسین محمد فہمی الشافعی - (ص: 23، 228، 229، 307، 777، 920).

يستغرق ثلات قواعد أساسية في الإعلام المعاصر، هي: الاتصال والتحكم، بث المعلومات، والحججة المنطقية⁽¹⁾.

فإعلام عليه أن يقوم بوظيفة البلاغ والتلبيغ لكافة البشر، على أن يكون هذا البلاغ مبيناً، في أحسن صورة، وأدق عبارة، حتى قرر بعض العلماء أن "الإعلام عند المسلمين لا يخرج عن أن يكون تلبيغاً بلлагаً"⁽²⁾.

وتارةً أخرى، كان يستعمل لفظ {نبأ} ومشتقاته، والتي وردت في القرآن الكريم ما يزيد عن مائة وستين مرة⁽³⁾، منها: قوله تعالى: (قُلْ هُوَنَبأٌ عَظِيمٌ & أَنْتَ عَنْهُ مُعْرِضٌ) (ص: 67)، والنبا لا يكون إلا بالظهور والوضوح، لا بالسر والخفاء، وقد كان من أبرز وظائف الأنبياء السابقين، (قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَاهُمْ فَلَمَّا أَنْبَاهُمْ بِأَسْمَاهُمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبَدِّلُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ) (البقرة: 33)، وقال تعالى: (وَنَبَّئْهُمْ أَنَّ الْمَاءَ قِسْمَةٌ بَيْنَهُمْ كُلُّ شَرْبٍ مُحْتَضَرٌ) (المرء: 28).

حتى إن بعض القراء يقررون {النبيون} بدلاً من {النبيون}، كنوع من الدلالة على أن من أبرز وظائف الأنبياء وظيفة الإنباء⁽⁴⁾، فالإنباء هو الإخبار، لاسيما بما كان فيه فائدة عظيمة. والإنباء والإعلام والإخبار واحد، والنبا: الخبر، ويقال منه: أنبأته ونبأته، وأنبئوني بأسماء هؤلاء: أي أخبروني بها...، والإنباء بمعنى الإعلام، ودخول هذا المعنى فيه، وحصول مشابهته للإعلام لم يخرجه عن الأصل الذي هو له من الإخبار⁽⁵⁾.

كما جاء الحديث عن الإعلام في القرآن من خلال القصص القرآني، حيث عرض من خلاله جملة من الحقائق والمفاهيم والقيم.

فعندما نقرأ في قصة سليمان **لـ** والهدед، نطالع قوله تعالى: (وَتَفَقَّدَ الطَّيْرَ قَالَ مَا لِي لَا أَرَى الْهَدْهُدَ أَمْ كَانَ مِنَ الْفَاثِينَ & لَأُعَذِّبَنَّهُ عَذَابًا شَدِيدًا أَوْ لَأَذْبَحَنَّهُ أَوْ لَيَاتِينِي بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ & فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَاطْتُ بِمَا لَمْ تُحِيطْ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَّا بِنَبَّا يَقِينٍ & إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةَ تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيتُ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ) (النمل: 20 – 23)، فهذه الآيات بينت لنا كيف كان الهدед هو الوسيلة التي علم من خلالها سليمان بأمر بالييس، وكانت وظيفة الهدед هي الإعلام، حتى صار بإمكاننا أن نُعَدَّ أول مراسل عرفه التاريخ.

⁽¹⁾ النظرية الإسلامية في الإعلام وال العلاقات الإنسانية - أ. زين العابدين الركابي - (ص: 12).

⁽²⁾ مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد سادati الشققي - (ص: 10).

⁽³⁾ انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 221، 222، 340، 865، 866، 964، 965).

⁽⁴⁾ انظر: جامع البيان في القراءات السبع - أبو عمرو الداني - 44/2.

⁽⁵⁾ مجمع البيان في تفسير القرآن - أبو علي الطبرسي - 120/1.

وفي مواطن أخرى، نجد أن الحديث عن الإعلام جاء من خلال الحديث عن أحد وسائله، كما في قوله تعالى: (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخُوفِ أَذَاعُوا بِهِ ...) (النساء: 83). وقد يتساءل أحدهم: كيف جاء الحديث في الآية السابقة عن الإذاعة، وهي وسيلة لم تعرف إلا في القرن العشرين، وتحديداً في عام 1920م؟⁽¹⁾. فنقول: صحيح أن الإذاعة لم تكن معروفة في السابق، لكن وظيفة المنادي قامت مقامها في ذلك الحين⁽²⁾.

ولما كان القرآن قد جاء بياناً وقصيراً لكل شيء، كان من الطبيعي أن نجد فيه من كل العلوم قبساً، وإن لم ترد بصريح الألفاظ فيه، ولما كان القرآن رسالة للعالمين، وكان الإعلام رسالة كذلك، كان لا بد لنا من وقوفات طويلة مع القرآن الكريم؛ كونه أهم المصادر الإعلامية. ووقفة يسيرة مع القرآن كفيلة بأن توضح لنا بأنه ينبغي أن يكون القرآن هو الملمح الأول لوسائل الإعلام الإسلامية، فالإعلام رسالة مضمونها الحق، والرسالة لا بد لها من حامل، وهذا القائم بالاتصال لا بد له من جمهور ينتقى رسالته، ولا يتم هذا الإرسال والتواصل إلا عبر جهة بث وإرسال، وكل هذا له عظيم الأثر، وقد تجلى ذلك كله في القرآن الكريم، فعن الرسالة قال تعالى: (وَبِالْحَقِّ أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَّلَ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّراً وَنَذِيرًا) (الإسراء: 105)، وعن القائم بالاتصال يقول تعالى: (يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلَغْ مَا أُنْزَلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ...) (المائدة: 67)، بينما جاء الحديث عن الجمهور في قوله تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافِةً لِلنَّاسِ بَشِيراً وَنَذِيرًا وَكِنْ أَكْثَرُ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (سبأ: 28)، ليكون الحديث عن جهة الإرسال في قوله: (إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيراً وَنَذِيرًا ...). (البقرة: 119)، وختام ذلك ببيان أثر هذه العملية التفاعلية في قوله تعالى: (اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًا مَثَانِي تَقْسِيرُ مِنْهُ جُلُودُ الدَّيْنِ يَخْشُونَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلَيَّنْ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ ذَلِكَ هُدُى اللَّهِ يَهْدِي بِهِ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُضْلِلَ اللَّهُ فَمَا لَهُ مِنْ هَادٍ) (الزمر: 23).

وإن لم يكن لفظ {الإعلام} قد ورد صراحة في كتاب الله، لكن المضمون والألفاظ البديلة تغني عن ذلك، ولعل عدم وروده صراحة، فيه إشارة إلى أن كل وسيلة تؤدي للتغذية والإخبار والترفيه، وغيرها من وظائف الإعلام، تعتبر إعلاماً، حتى وإن لم يطلق عليها ذلك.

فالكاتب في كتابه، والرسام في رسمه، والمذيع في إذاعته، والصافي في جرينته أو موقعه، والإعلامي على شاشته، جميعهم يمثلون الإعلام، ولا بد لهم جميعاً من الالتزام بالضوابط والأساليب التي نص عليها القرآن الكريم، كل في مجاله، إذ إن مفهوم الإعلام الإسلامي ينظم فيه واجب أداء البلاغ المبين.

⁽¹⁾ انظر: المدخل إلى وسائل الإعلام - د. عبد العزيز شرف - (ص: 404).

⁽²⁾ انظر: الفصل التمهيدي - المبحث الأول - (ص: 5).

المبحث الثالث

مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن

? المطلب الأول:

المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي

? المطلب الثاني:

مقومات العملية الإعلامية في القرآن

? المطلب الثالث:

معوقات العملية الإعلامية في القرآن

المطلب الأول

المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي

أمر بدهي أن كل كلمة لا بد لها من هدف، وأن من أبرز طرق نشر الكلمة والثقافة الإعلام بمختلف وسائله؛ لذا كان لا بد من تأسيس لإعلام إسلامي، ينطلق من كتاب الله، ويقوم على المبادئ الراقية التي حملتها الدعوة الإسلامية.

وإن المطالع لكتاب الله **ل** يجد آيات عدة، تحدث عن المبادئ التي ينبغي أن يقوم عليها الإعلام الإسلامي، وهذه المبادئ هي:

أولاً: الوسطية

فالدين الإسلامي هو دين الوسطية، وقد كان النبي ﷺ وسطاً في الأمر كله، كما أن أمور هذه الأمة كلها ينبغي أن تكون وسطاً، حيث قال تعالى: **(وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارُ الْآخِرَةِ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَاحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ...)** (القصص:77).

وقد تحدث القرآن الكريم عن كون الأمة الإسلامية أمةً وسطاً، فقال: **(وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أَمَّةً وَسَطَا لَتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونُ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيداً ...)** (البقرة:143)، ولهذا ينبغي على إعلام هذه الأمة أن يكون إعلاماً وسطياً، وأصل هذا أن خير الأشياء أو سلطها، وأن الغلو والتقصير مذمومان" ⁽¹⁾.

ومن ابتعد عن الوسطية، فتشدد أو تساهل، ولم يكن معتدلاً في أمره، فإنه في دائرة الخطر؛ لأن التشدد أو التساهل، كلاهما سبب لمحاوزة الصواب، "ما عدا الوسط، فالأطراف داخلة تحت الخطر، فجعل الله هذه الأمة، وسطاً في كل أمور الدين...، فلهذه الأمة من الدين أكمله، ومن الأخلاق أجلها، ومن الأعمال أفضليها، ووهبهم الله من العلم والحلم، والعدل والإحسان، ما لم يهبه لأمة سواهم، فلذلك كانوا أمةً وسطاً" ⁽²⁾.

ثانياً: الخيرية

يقول تعالى: **(كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أَخْرَجْتَ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثُرُهُمُ الْفَاسِقُونَ)** (آل عمران:110).

فقد نصت الآية على أن الخيرة من نصيب الأمة المسلمة المؤمنة، إذا قامت بأمور ثلات، هي: الأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر، والإيمان بالله.

⁽¹⁾ صفوۃ التفاسیر - محمد علي الصابوني - 89/1

⁽²⁾ تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 84/1

والإعلام هو نوع من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ورسالته التي يحملها تساهم في بث الإيمان وتعزيزه، لذا فهو إعلام خيريٌّ، يقع عليه واجب عظيم في نشر الأخلاق والقيم الحميدة، وبث المعلومات الصحيحة، ومواجهة التيارات الباطلة، مهما بلغت الصعوبات، "وهذا ما ينبغي أن تدركه الأمة المسلمة؛ لتعرف حقيقتها وقيمتها، وتعرف أنها أخرجت لتكون طليعة، ولتكون لها القيادة، بما أنها هي خير أمة...، ومن ثم لا ينبغي لها أن تتلقى من غيرها من أمم الجاهلية، إنما ينبغي دائماً أن تعطي هذه الأمم مما لديها، وأن يكون لديها دائماً ما تعطيه، ما تعطيه من الاعتقاد الصحيح، والتصور الصحيح، والنظام الصحيح، والخلق الصحيح، والمعرفة الصحيحة، والعلم الصحيح، هذا واجبها الذي يحتمه عليها مكانها، وتحتمه عليها غاية وجودها، واجبها أن تكون في الطليعة دائماً، وفي مركز القيادة دائماً، ولهذا المركز تبعاته...، فهو النهوض بتكاليف الأمة الخيرة، بكل ما وراء هذه التكاليف من متابعة، وبكل ما في طريقها من أشواك، إنه التعرض للشر، والتحريض على الخير، وصيانة المجتمع من عوامل الفساد، وكل هذا متعب شاق، ولكنه كذلك ضروري لإقامة المجتمع الصالح وصيانته؛ ولتحقيق الصورة التي يحب الله أن تكون عليها الحياة" ⁽¹⁾.

ثالثاً: الحقائق الموثقة

فالإعلام وسيلة للنشر والتبلیغ بالمعلومات، والأخبار، والحقائق، ولا بد فيه أن يكون قائماً على التوثيق لكافة المعلومات بما يدعمها من الأرقام والإحصائيات، والبراهين والأدلة، وهذا التوثيق للحقائق يكون قبل أن يتم عرضها.

ومثال ذلك في قصة عُزير، حيث جاء في خاتمتها (... قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ) (البقرة: 259)، لكنه لم يصل إلى هذه القناعة إلا بعد وجود أدلة وبراهين، (أَوْ كَذَلِكَ مَرَّ عَلَى قَرِيَةٍ وَهِيَ خَاوِيَّةٌ عَلَى عُرُوشَهَا قَالَ أَنِّي يُحِبِّي هَذِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا فَإِمَاتُهُ اللَّهُ مَائَةُ عَامٍ ثُمَّ بَعْدَهُ قَالَ كَمْ لِبِسْتَ قَالَ لِبِسْتَ يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالَ بَلْ لِبِسْتَ مَائَةَ عَامٍ فَانظُرْ إِلَى طَعَامِكَ وَشَرَابِكَ لَمْ يَتَسَرَّهُ وَانظُرْ إِلَى حَمَارِكَ وَلِنَجْعَلَكَ آيَةً لِلنَّاسِ وَانظُرْ إِلَى الْعِظَامِ كَيْفَ تُنْشِرُهَا ثُمَّ تَكْسُوُهَا لَحْمًا فَلَمَّا تَبَيَّنَ لَهُ قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ) (البقرة: 259).

كما ينبغي تقديم الحقائق الموثقة عند معارضته أي معلومة، لهذا فقد طلب الله ﷺ ممن كذبوا بالقرآن أن يأتوا بما يثبت صدق مزاعمهم، فإن أتوا به كانوا صادقين: (أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَأَتُوا بِعَشْرِ سُورٍ مُّثِلِّهِ مُفْتَرَيَاتٍ وَادْعُوا مِنْ أَسْتَطَعْتُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ) (هود: 13).

وفي هذا الصدد، ينبغي على القائمين بمتابعة وإدارة وسائل الإعلام، أن يتتأكدوا من كل ما يصلهم من معلومات، وألا يقبلوا الأمور على عالتها، فسليمان ﷺ لم يقبل كلام الهدى حول

⁽¹⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 447/4.

بلقيس وقومها مباشرة، وإنما قال له (...سَنَنْظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ) (النمل: 27)، فهذا مطلب بالتوثيق من الخبر، وأن يكونوا على قدر المسؤولية، وأن يتحملوا تبعاتها. وهذا الصدق والتوثيق من الأمور، يأتي من اعتماد الإعلام على مصادر موضع ثقة تامة، فمهما بلغت أهمية المعلومات، لا يكتب لها النجاح إلا إذا كان مصدرها موثقاً⁽¹⁾.

رابعاً: التجرد من الذاتية

فقد قام الإعلام الإسلامي على التجرد من الذاتية، وتقديم المصالح العامة على المصالح الخاصة، كما تميز بالموضوعية.

فالنبي ﷺ لما اتهمه المشركون في مفاوضاتهم معه قبل الحصار بأنه يريد المال، أو الجاه، أو السلطة، أو النساء، أو بأنه مريض، لم يحول نزاعه معهم إلى نزاع ذاتي، فمصلحة الدعوة ونشرها ونصرتها مقدمة على اتهامات شخصه بمثل هذه الأمور، وهذا تصرف نابع من تعاليم القرآن الكريم، التي دعت للتجرد من الذاتية، وعدم اتباع الأهواء، يقول تعالى: (...وَإِنَّ الَّذِينَ أَوْرَثُوا الْكِتَابَ مِنْ بَعْدِهِمْ لَفِي شَكٍّ مِّنْهُ مُرِيبٌ & فَلِذَلِكَ فَادْعُ وَاسْتَقْمِ كَمَا أُمِرْتَ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَقُلْ آمَنْتُ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنْ كِتَابٍ وَأُمِرْتُ لِأَعْدِلَ بَيْنَكُمْ...) (الشورى: 14، 15).

"قل لأجل ما ذكر من التفريق والشك المريب، فادع الناس كافة إلى إقامة الدين؛ لمقاومة الباطل ودحره، وهتك وساوسه، واستقم على الدعوة إليه، والصدع به"⁽²⁾.

ونظير ذلك قوله تعالى: (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابَ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءَ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَا نَعْبُدُ إِلَّا اللَّهُ وَلَا نُشْرِكُ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّنْ دُنْلِهِ إِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا أَشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ) (آل عمران: 64).

ويتقرع عن هذا المبدأ، أهمية أن يقوم الإعلام على الصدق والأمانة، فمن خلالهما تتم الموضوعية والحيادية.

وقد كان رسول الله - وهو القائمون بالإعلام في أزمانهم - ملتزمين بالصدق والأمانة، حتى كانت الصفة الملزمة لهم، ولما كان المؤمنون أتباعاً لهؤلاء الرسل، وورثة لهم، لاسيما الإعلاميون منهم، كان لا بد لهم أن يتلزموا بالأمر الإلهي (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُوئُنُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) (التوبه: 119)، وأن يكونوا ممن قيل فيهم (وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ) (المؤمنون: 8)، فإذا التزموا بهاتين الصفتين، ضمنوا ألا يكونوا من يفترون على الله الكذب (إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ) (النحل: 105).

⁽¹⁾ انظر: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 251).

⁽²⁾ محسن التأويل - محمد جمال القاسمي - 5233/14.

وقد جمعت هاتان الصفتان معاً في سياق واحد، كان مفاده أن الكلمة أمانة، فلا بد من تأديتها على الوجه الأكمل لها، وإلا كان الإنسان مقصراً، أو "ظلوماً جهولاً" وفق التعبير القرآني، حيث قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذْ قَوْلُوا قَوْلًا سَدِيدًا & يُصْلِحُ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيُغْفِرُ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِعُ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا & إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَيَّنَ أَنْ يَحْمِلُنَّهَا وَأَشْفَقُنَّ مِنْهَا وَحْمَلَهَا إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولاً & لِيُعَذِّبَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْمُشْرِكِينَ وَالْمُشْرِكَاتِ وَيَتُوبَ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا) (الأحزاب: 70 - 73).

خامساً: صدق التعبير عن الجمهور

وهذا مبدأ في غاية الأهمية؛ لأن الإعلام وسيلة جاءت للرقى بالبشر، من خلال مخاطبتهم، وتوعيتهم، فلا بد أن تخاطبهم بما يفهمون، وأن تكون قريبةً منهم، معبرةً عن آمالهم، وطموحاتهم، ورغباتهم بصورة صحيحة صادقة⁽¹⁾، قال تعالى: (وَالَّذِي جَاءَ بِالصَّدْقِ وَصَدَقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ) (الزمر: 33).

ويأتي الجمع بين رغبات الجمهور كافة، من خلال مراعاة احتياجاتهم الفطرية، فالإعلام يخاطب الفطرة، خطاباً لا بد أن يكون بأصدق خطاب وأحسنها؛ لقوله تعالى: (وَلَا يَأْتُونَكَ بِمَثَلِ إِلَّا جِئْنَاكَ بِالْحَقِّ وَأَحْسَنَ تَفْسِيرًا) (الفرقان: 33).

سادساً: مراعاة الحريات

فالإعلام كما قدمنا يخاطب الفطرة، وهذه الفطرة ترتبط بشكل كبير بالحريات على مختلف أنواعها، من حرية الإقامة، والتنقل، وحرية الدين، وحرية الرأي والتعبير، هي حريات ينبغي أن تساند، وألا تمس⁽²⁾.

ولهذا لا ينبغي لوسائل الإعلام أن تقوم بتقييد الحريات، بل ينبغي عليها صيانتها واحترامها؛ حتى تكتسب جمهوراً أكبر وتوثر فيه، يقول تعالى: (...فَإِنَّ أَسْلَمُوا فَقَدْ اهْتَدُوا وَإِنْ تَوَلُّوا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ) (آل عمران: 20)، فلم يقل هنا "إِنْ تولوا فعاقبهم وأكرههم حتى ينفذوا ما ت يريد"، بل قال (فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ)، والإعلام بـبلاغ، مما يعني أن عليه أداء وظيفته ورسالته على الوجه الأكمل، ولا شيء عليه بعد ذلك.

وقد أكد القرآن هذا الأمر في أكثر من موضع، منها (فَإِنْ أَعْرَضُوا فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا إِنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ...) (الشورى: 48).

⁽¹⁾ انظر: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د.حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 250)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله الوشلي - (ص: 33).

⁽²⁾ انظر: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د.محبي الدين عبد الحليم - (ص: 116)، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 5 - حسن علي العنسي - (ص: 2074) - ذو الحجة 1405هـ / سبتمبر 1985م.

وهكذا، فإن القرآن دعوة وبلاغ، يقوم على الإنفاس لا الإكراه، وما أكثر الدعوات للبعد عن الإكراه، إذ إن الإعلام والدين ليسا بحاجة لمن يتبعهما مكرهاً، دون رضا واقتضاء، بل إن ركيزتهما الأساسية (...وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ...) (البقرة: 83).

وكل مخاطب ومنتقِل لرسائل الإعلام، عليه أن يضع نصب عينيه أن الإعلام الإسلامي ليس وسيلة إكراه وضغط، بل إنه نور يضيء الطريق، (...فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِظٍ) (الأنعام: 104).

"والإعلام الناجح هو الذي ينجح في جعل مقومات البلاغ المبين متحركة، بدون ضغط أو كبت أو إلزام، وهذا هو منهج الإسلام، (فَذَكَرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكَّرٌ & لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصِيرٍ) (الغاشية: 21، 22)، (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشُدُ مِنَ الْفَيْ فَمَنْ يَكْفُرُ بِالظَّاغُوتِ وَيُؤْمِنُ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرُوْفِ الْوُنْقَى لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعُ عَلَيْهِمْ) (البقرة: 256)"⁽¹⁾.

سابعاً: النزاهة واحترام الإنسان عقلاً وكرامته

فإن الإعلام الإسلامي إعلام قائم على النزاهة، لا يتخلى عن مبادئه وثوابته مهما اشتدت المغريات⁽²⁾، وقد ورثه في ذلك كافة الأنبياء عليهم السلام عموماً، والنبي محمد ﷺ خصوصاً، حيث مثلَّ رجل الإعلام في عصره، فجاءته المغريات كافة على طبق من ذهب، ما بين مال وسلطان وجاه، مقابل التنازل عن مبدأه، لكنه قبلها بثبات وإصرار المؤمن الحق، فكتب للدعوة الانتشار والبقاء⁽³⁾، "وفي هذا درس للدعاة إلى يوم القيمة بأن لا تنازل عن الإسلام، ولو كان هذا التنازل شيئاً يسيراً، فالإسلام دعوة ربانية، ولا مجال فيها للمساومة إطلاقاً، مهما كانت الأسباب والدوافع والمبررات، وعلى الدعاة اليوم الحذر من مثل هذه العروض والإغراءات المادية، التي قد لا تعرض بطريق مباشر، فقد تأخذ شكلاً غير مباشر، في شكل وظائف عليا، أو عقود عمل مجذبة، أو صفقات تجارية مرحبة"⁽⁴⁾.

كما أن الناظر والمتأمل للقرآن الكريم، يلاحظ أنه تحدث عن تكريم الإنسان وتفضيله على غيره، فقال تعالى: (وَلَقَدْ كَرَمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَقَنْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِنْ خَلْقِنَا تَفْضِيلًا) (الإسراء: 70).

⁽¹⁾ الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله الوشلي - (ص: 32).

⁽²⁾ انظر: الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية (رسالة ماجستير) - حسام خليل عايش - (ص: 28).

⁽³⁾ انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 80).

⁽⁴⁾ السيرة النبوية - د. علي محمد الصلاحي - (ص: 291).

والتكريم في هذه الآية نوع من التشريف والتفضيل لبني آدم على غيرهم، وهذا هو "كرم نفي النقصان لا كرم المال، وهذه الكرامة يدخل فيها خلقهم على هذه الهيئة...، وحملهم في البر والبحر مما لا يصح لحيوان سوى بني آدم أن يكون، يتحمل بإرادته وقصده وتدبيره"⁽¹⁾. ويتحقق هذا التكريم من خلال احترام وسائل الإعلام للجمهور، وثقتها بمقدرتهم العقلية، وعدم السخرية منهم، مما يحقق لها القبول، ولرسالتها النجاح.

⁽¹⁾ الجامع لأحكام القرآن - الفرطبي - 293/10 .

المطلب الثاني

مقومات العملية الإعلامية في القرآن

الإعلام له دور بارز في نشر الدعوة، وهداية الأمة واستقامتها، ولما كانت الأمة المسلمة في أيامنا هذه تواجه حروباً وهجمات من أعدائها، كان لا بد لإعلامها أن يقوم بواجبه، وأن يقف مواجهاً كافة الأعداء.

ولا يتحقق ذلك للإعلام الإسلامي، إلا إذا التزم بمجموعة من المقومات، وهي:

أولاً: المقوّم الروحي

فالعقيدة تعتبر الركيزة الأساسية في الإعلام الإسلامي، فلا اعتبار لما في الحياة من قيم إن لم تكن مقبولة عند الله، فالعقيدة تنظم الحياة، وتوسيع الأفق، وتربى في النفس فضائل الأخلاق.

ويتحقق هذا المقوّم الروحي، من خلال مجموعة من الأمور، منها:

(1) القوى: التي تؤدي إلى المصداقية، وصيانة النفوس من الوقوع في الزلل، وترى من العلم، قال تعالى: (...وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلَيْهِمْ) (البقرة: 282).

(2) الإخلاص: وقد حثت عليه آيات عدة في القرآن الكريم، (وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لِهِ الدِّينَ حُنَفَاء...) (البينة: 5)، فينبغي على وسائل الإعلام أن تتحرر من الرياء، وأن تقصد وجه الله سبحانه؛ حتى تكسب استمرارية العمل والعطاء.

(3) حسن التوكل: (فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّكَ عَلَى الْحَقِّ الْمُبِينِ) (النمل: 79)، والأمر بالتوكل هنا جاء عاماً، فشمل بالتالي التوكل في الإعلام، لاسيما الإعلام الإسلامي، النابع من هدي الإسلام وقيمه، المستمد لكافة منطلقاته من مصادره الإسلامية الأساسية، وعلى رأسها القرآن الكريم.

وتتبع قوة العقيدة، بما فيها من صدق القوى والإخلاص والتوكل، من حسن الصلة بـ الله سبحانه، واستشعار معيته الدائمة مهما كانت الصعوبات (...إِنَّ اللَّهَ مَعَ الَّذِينَ اتَّقَوْا وَالَّذِينَ هُمْ مُحْسِنُونَ) (النحل: 128).

ثانياً: المقوّم الذاتي

وهي مقومات خاصة، تتبع من وسائل الإعلام والقائمين عليها، ويتمثل ذلك فيما يلي:

(1) الإيمان بما يدعو إليه: فالاقتضاء أمر هام ي ينبغي توافره في وسائل الإعلام، إذ كيف ستقنع الجمهور بما لا تقنع به الوسيلة والقائمون عليها، (قُلْ هَذِهِ سِبِيلِي أَدْعُوكُلَّ اللَّهِ عَلَى

بَصِيرَةٌ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ (يوسف: 108)، فالإيمان بالفكرة والرسالة، مرتبط بالثبات والتضحيات، ورفض التنازل مهما بلغت الضغوطات.

(2) **الموازنة بين فقه الدعوة وفقه الواقع:** فقه الدعوة هو "معرفة الداعية بدعوته، من جهة طرائق تبليغها، وسبل توصيلها، ونقلها للآخرين ...، أما فقه الواقع: فيراد به معرفة طبيعة المجتمع الذي يعيشه المدعوون من كافة جوانبه⁽¹⁾، فلا بد من فهم حقيقة الرسالة الإعلامية، ومدى ملاءمتها لواقع حاجة الناس، وعرضها في أفضل الأساليب وأحسن الوسائل التي تراعي حاجة المتلقى وأولوياته، فالموازنة بين الأمرين تؤدي لتحقيق أعلى درجات النجاح، (**وَكَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ وَتَسْتَبِينَ سَبِيلُ الْمُجْرِمِينَ**) (الأنعام: 55).

(3) **إصلاح النفس قبل الغير:** وهذا يندرج تحت مفهوم القدوة الحسنة، فوسائل الإعلام هي قدوة الجمهور، تقنعوا، وتؤثر فيهم، لذا ينبغي على القائمين عليها ألا يعرضوا رسالة إعلامية أو ينشروا قيماً ومبادئ ثم يخالفونها⁽²⁾.

فقد كان الرسل رضوان الله عليهم قدوة لأقوامهم، (**قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ ...**) (المتحنة: 4)، بينما جاء النعي والانتقاد لأولئك الذي حملوا رسالة وعملوا بمخالفتها، ولم يعوا رسالتهم، فأشبعوا الحمير في جهنم (**مَتَّلُ الذِّينَ حُمِّلُوا التَّوْرَةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلُ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا بِئْسَ مَثْلُ الْقَوْمِ الَّذِينَ كَذَبُوا بِآيَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ**) (الجمعة: 5).

كما كان قوله تعالى: (**أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْإِيمَانِ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتَلَوَّنَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ**) (البقرة: 44) خير دليل على وجوب العمل بمقتضى الرسالة والبلاغ الذي يتم إيصاله للجميع، وقدوتنا في ذلك الأنبياء عليهم السلام (**وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفُكُمْ إِلَى مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا إِصْلَاحًا مَا أَسْطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوْكِيدُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ**) (هود: 88).

ثالثاً: المقوم المظيري

في ينبغي على وسائل الإعلام أن تهتم بناحية المظاهر، سواءً في طريقة العرض ووسائله، والديكورات وأنواعها، أو في المظاهر الشخصي للقائمين بالاتصال، من ناحية الملبس، والقوة الجسدية، التي يتربّب عليها تربية الإرادة وقوتها⁽³⁾، فقد قال تعالى: (**يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ ...**) (الأعراف: 31).

(1) الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها - د. يحيى علي الدجني - (ص: 118).

(2) انظر: المدخل إلى علم الدعوة - محمد أبو الفتح البيانوني - (ص: 100).

(3) انظر: الخطابة: أصولها وتاريخها في أزهر عصورها عند العرب - محمد أبو زهرة - (ص: 47).

شريطة ألا يكون هذا الاهتمام بالمظاهر موصلاً إلى حد الكبر والغرور الذي نهى عنه القرآن الكريم (وَلَا تُصْعِرْ خَدَكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْسِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ) (لقمان: 18).

"انتقل لقمان بابنه إلى الآداب في معاملة الناس فنهاه عن احتقار الناس وعن التفاخر عليهم، وهذا يقتضي أمره بإظهار مساواته مع الناس وعدّ نفسه كواحد منهم...، والمعنى: لا تحقر الناس، فالنبي عن الإعراض عنهم احتقاراً لهم، لا عن خصوص مصاهرة الخد فيشمل الاحتقار بالقول والشتم وغير ذلك...، إن الله لا يرضى عن أحد من المختالين الفخورين"⁽¹⁾.

رابعاً: المقوم العلمي

حيث الدين الإسلامي على العلم ودعا إليه، (...وَقُلْ رَبِّ رَبِّنِي عَلِمًا) (طه: 114)، وكانت الدعوة دوماً لأن تقوم كافة المعلومات على قاعدة التثبت والتبيين؛ حتى تكون المعلومات دقيقة صحيحة (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَى إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنَّدَ اللَّهِ مَغَانِمٌ كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِ فَمَنَّ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا) (النساء: 94)، فقد أكد الله - تعالى - وجوب التبيين، فأمر أن يكونوا على بينة من الأمر الذي يقدمون عليه بأدلة ظاهرة، وقرائن كافية، وألا يأخذوا بالظن السريع، وإنما عليهم التدبر حتى يظهر الأمر⁽²⁾.

فليست العبرة بمن سبق، ولكن العبرة بمن صدق، وهذا الإعلام، لا ينبغي أن يهتم بتحقيق السبق الصحفي، ولا ضير إن تأخر في إيصال المعلومات لحين التأكد من صحتها ودقتها، وخير مثال على ذلك في قصة موسى مع الخضر، حين كانت البداية بعهد قطعه موسى على نفسه ألا يسأل الخضر عن شيء حتى يوضحه له من تلقاء نفسه (قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَبْيَعُكَ عَلَى أَنْ تُعْلَمَ مِمَّا عُلِّمْتُ رُشْدًا & قَالَ إِنَّكَ لَنْ تَسْتَطِعَ مَعِي صَبَرًا & وَكَيْفَ تَصْبِرُ عَلَى مَا لَمْ تُحَاطْ بِهِ خُبْرًا & قَالَ سَتَجْدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ صَابِرًا وَلَا أَعْصِي لَكَ أَمْرًا & قَالَ فَإِنِّي أَتَبَعْتُنِي فَلَا تَسْأَلْنِي عَنْ شَيْءٍ حَتَّى أُحْدِثَ لَكَ مِنْهُ ذِكْرًا) (الكهف: 66 - 70)، لكن تسرع موسى كان سبباً في مفارقة للخضر في نهاية المطاف. وكأن هذه القصة تعليم لدروس عدة، من أبرزها التأني والتثبت، وأن من امتنع هذه الصفة فكانما حاز على جزء من النبوة⁽³⁾.

ويندرج تحت هذا المقوم: الثقافة الواسعة، فلا بد من التخصص في فرع معين، إضافة إلى معلومات عامة في التخصصات الأخرى، وليس كل متعلم متقدماً، وليس كل متقدماً متعلم.

⁽¹⁾ التحرير والتوكير - محمد الطاهر بن عاشور - 166/21.

⁽²⁾ التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 217/5.

⁽³⁾ انظر: التثبت والتبيين في المنهج الإسلامي - د.أحمد محمد العليمي - (ص:90).

و حول هذا، قيل عن وسائل الإعلام الغربية: "ترجع قوة رجالها على التأثير، ليس لكونهم على دراية واسعة بعلوم اللاهوت، بل لأنهم في غالبيتهم من المتخصصين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال الجماهيري، مما يزيد قوة تأثير برامجهم الكنسية على المشاهدين أو المستمعين" ⁽¹⁾.

ومن باب أولى أن تكون وسائل الإعلام الإسلامية هي صاحبة التأثير؛ حتى لا يكون هناك مجال للوسائل الغربية بالتسليل إلى بيوننا، والتأثير على مجتمعنا.

خامساً: المقوم الفنّي

إذ يجب إعداد وسائل الإعلام إعداداً فنياً، يؤهلها للعمل الجاد من أجل نشر الإعلام الإسلامي ورسالته بين الناس جميعاً.

ويندرج تحت هذا المقوم، عدة نقاط، منها:

- 1) المهارة في الملاحظة السريعة، وتحليل المشكلة ومعالجتها.
- 2) حضور البديهة وطلاقة اللسان؛ حتى يتمكن القائم بالاتصال وغيره في الوسيلة الإعلامية من إيصال الرسالة على أكمل وجه، إضافة إلى القدرة على الإجابة السريعة على كافة التساؤلات، (ويَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسَلْتُ إِلَى هَارُونَ) (الشعراء: 13)، (وَأَخِي هَارُونُ هُوَ فَصَحٌ مِّنِي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِي رَدًّا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونَ) (القصص: 34).

"المعنى: كي يصدقني فرعون، والمعنى: أرسل معي أخي حتى يعارضني على إظهار الحجة والبيان، فعند اجتماع البرهانين ربما حصل المقصود من تصديق فرعون ...، ليس الغرض بتصديق هارون أن يقول له صدقت، أو يقول للناس صدق موسى، وإنما هو أن يلخص بلسانه الفصيح وجوه الدلائل، ويجيب عن الشبهات، ويجادل به الكفار، فهذا هو التصديق المفيد" ⁽²⁾.

إذن، هي خمس مقومات أساسية للإعلام (روحية، ذاتية، مظهرية، علمية، فنية) ⁽³⁾، يقوم عليها البنيان الإعلامي، وفي غياب هذه المقومات، لن يكتب النجاح للإعلام لاما كان الموضوع الذي يعالج هاماً أو جذاباً، لأن فقدان المقومات ينحدر به عن الأهداف، ويفقده القيمة والجاذبية.

⁽¹⁾ بعد الديني في السياسة الأمريكية تجاه الصراع العربي الصهيوني - يوسف الحسن - (ص: 98).

⁽²⁾ مفاتيح الغيب - الرازي - 213/24.

⁽³⁾ انظر: مقومات رجل الإعلام الإسلامي - تيسير محبوب الفتياوي - (ص: 101)، الإعلام الإسلامي المرتجى (رسالة ماجستير) - هشام سليمان الدالاتي - (ص: 13).

المطلب الثالث

معوقات العملية الإعلامية في ضوء القرآن

إذا كان للإعلام مقومات تنهض بعمله وترقى به، ففي الجهة المقابلة توجد مجموعة من المعوقات التي قد تؤدي لفشلها في أداء مهامه، وتعيق إيصاله لرسالته.

إذا التزم الإعلام بالمقومات السابقة، ضمن النجاح لرسالته، وإن خالفها فقد وضع قدمه على طريق الفشل.

إضافة لذلك، فإن هناك مجموعة أخرى من المعوقات للعملية الإعلامية، وهي:

أولاً: التشويش

وبالمصطلح أو التعبير القرآني، فهو عملية اللغو التي تمارس لتعطيل وصول الرسالة الإعلامية، وهو على نوعين:

1) التشويش على الرسالة الإعلامية: من حيث عباراتها، وكلماتها؛ حتى لا يتمكن المستقبل من فهمها جيداً، وهو ما يسمى {التشويش الدلالي}.

2) التشويش على الوسيلة الإعلامية: من خلال المشكلات الفنية، كالتشويش الإلكتروني، وتشويش الطائرات، وغيرها، وهو ما يمكن تسميته {التشويش المادي} ⁽¹⁾.

وقد عبر القرآن الكريم عن كلا النوعين، بقوله تعالى: (وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوَافِيْهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ) (فصلت: 26)، أي: "شوشاوا عليه، وعارضوه بكلام مفهوم، لعلكم تغلبوا على قراءته، وتغلبوا قراءه ومبلغيه ودعاته، باستعمالكم كل أساليب التشويش، بالجحود والإنكار، والرد والطعن، والصفير والتصفيق، والغناء مع عدم السماع" ⁽²⁾.

ثانياً: الاستعدادات السابقة وعملية الانتقاء

إذ إن البحث الدقيق، أثبت أن الاتجاهات السابقة لدى المستقبليين تؤدي إلى فشل الوسائل الإعلامية في إيصالها لرسالتها، ذلك أن المتألقين يميلون دوماً لسماع ومتابعة من يتفق مع آرائهم ولا يعارضها ⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: مدخل إلى الدراسات الإعلامية - د. تيسير مشارقة - (ص: 35).

⁽²⁾ الأساس في التفسير - سعيد حوى - 5019/9.

⁽³⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتوكل - (ص: 129).

قال تعالى: (أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُم مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعَمَهُ ظَاهِرَةً وَبَاطِنَةً وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٌ مُّنِيرٌ & إِذَا قِيلَ لَهُمْ أَتَبْعَوْهُمَا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَاتَلُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا وَجَدْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوْ لَوْكَانَ الشَّيْطَانَ يَدْعُوهُمْ إِلَى عَذَابِ السَّعِيرِ) (لقمان: 20، 21).

فقد بينت الآيات السابقة مدى تأثير الاستعدادات السابقة، وعملية الانتقاء للأباء ومعتقداتهم على ما جاءهم من العلم الجديد، وهذا ما وصفه المولى سبحانه بأنه جدال (بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٌ مُّنِيرٌ).

" وإنما أوقع الكفار في هذا التقليد المنحرف، استدراج الشيطان لهم، من خلال فطرة مركزة في الإنسان أصلاً، تدعوه إلى الوفاء للأباء والأجداد، وتربطه بتاريخه وتراثه، وهذا من أعظم وسائل الشيطان في الكيد، أن يأتي الإنسان من قبل غريزة مطبوعة فيه" ⁽¹⁾.

ولعل هذا السبب، كان وراء كفر قريش بدعة النبي ﷺ، رغم ما كانوا يعرفونه عنه من الصدق والأمانة، حتى اطبق عليهم قوله تعالى: (وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٌ مُّنِيرٌ & ثَانِي عَطْفِهِ لِيُضْلَلَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ لَهُ فِي الدُّنْيَا خَرْزٌ وَنَذِيقَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ عَذَابُ الْحَرِيقِ) (الحج: 8، 9).

ثالثاً: تأثير الجماعات وقادة الرأي

فانتفاء الفرد إلى جماعة، وشدة تعلقه بها، إضافة إلى وجود قائد لها، كل ذلك يؤدي إلى عملية غسيل مخ لهذا الفرد من قبل أعضاء الجمعية وقادتها؛ كي يظل على ما هو عليه، ولا يعتنق غير مبادئ تلك الجهة، ولا يقتصر بأي رسالة تدعوه لها وسائل الإعلام.

وقد ظهر أثر الجماعات على العرب في بدء الدعوة، حيث أثرت اليهود والنصارى على أتباعهم، بل وعلى قريش أيضاً، فمنهم ذلك من الاستجابة للنبي ﷺ ودعوه.

قال تعالى: (وَانْطَلَقَ الْمُلَأُ مِنْهُمْ أَنَّ امْشُوا وَاصْبِرُوا عَلَى الْهَتِكْمَ إِنَّ هَذَا الشَّيْءُ يُرَادُ & مَا سَمِعْنَا بِهَذَا فِي الْمِلَةِ الْآخِرَةِ إِنْ هَذَا إِلَّا اخْتِلَاقٌ) (ص: 6، 7).

فقد بينت لنا الآياتان السابقتان موقف أهل الكتاب الذين دعوا المشركين إلى عدم الاستجابة لمحمد ﷺ ورسالته، وقد كان يمثل وسيلة الإعلام آنذاك، وتحقق لهم ما أرادوا، فخضعت قريش لتأثيرهم، فكفر قريش وعنادها "مبني على شهادة أهل الكتاب المشركين ضد الرسول ﷺ، وإلا فما كان العرب على علم بالكتب السماوية وما فيها من الحقائق والأخبار" ⁽²⁾.

بل إن قريش فيما بينها أثر سادتها وكبراؤها أمثال: أبي لهب، وأبي جهل، والوليد بن المغيرة، وعبد الله بن أبي بن سلول، على أتباعهم وأقوامهم، فكفروا وجحدوا رغم ما استيقنوا

⁽¹⁾ السيرة النبوية - د. علي محمد الصلايبي - 227/1

⁽²⁾ الدر المنثور في التفسير بالتأثیر - جلال الدين السيوطي - 146/7

من صدق النبي ﷺ في رسالته ودعوته، وبهذا شكلوا عائقاً أمام نجاح العملية الإعلامية، ووصول الرسالة للجمهور المتلقٰ لها.

فالجماعات وقادة الرأي المعينون للعملية الإعلامية، إما أن يكونوا عناصر خارجية من أعداء الإسلام، وإما أن يكونوا من الداخل نفسه، وأمثال ذلك كثير في الوسط الإعلامي.

فعلى سبيل المثال: فإن التلفزيون السوري لا يمكن من بث أي نشرة أو عرض أي برنامج قبل إرسال محتوى الحلقة أو النشرة إلى مكتب الرئيس؛ لتدقيقه ومتابعته، وهذا العمل لا شك فيه تأثير من قادة الرأي الممثلة في شخص الرئيس ومكتبه على وصول الرسالة الإعلامية نقية إلى الجمهور.

رابعاً: الفظاظة والتكبر

وأثرها واضح جلي بنص القرآن الكريم، (فِيمَا رَحْمَةٌ مِّنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْكُنْتَ فَطَاطًا غَلِيلَةَ الْقُلُوبِ لَانْفَضُوا مِنْ حُولِكَ...) (آل عمران: 159).

"لو كان فطا غليظ القلب ما تألفت حوله القلوب، ولا تجمعت حوله المشاعر، فالناس في حاجة إلى كف رحيم، وإلى رعاية فائقة، وإلى بشاشة سمحاء، وإلى ود يسعهم، وحلم لا يضيق بجهلهم وضعفهم ونقصهم، في حاجة إلى قلب كبير يعطيهم ولا يحتاج منهم إلى عطاء؛ ويحمل همومهم ولا يعنيهم بهمه؛ ويجدون عنده دائم الاهتمام والرعاية والطفف والسماحة والود والرضا، وهكذا كان قلب رسول الله ﷺ وهكذا كانت حياته مع الناس" ⁽¹⁾.

ولهذا، يجب على الإعلامي ووسائل الإعلام كافة أن تتحلى بالرحمة، والرفق، واللين، وتخلٰ عن الأخلاق السيئة، والغلوظة في التعامل، فإن العلم بالتعلم، والحلم بالتحلم. وقد كانت سمة دعوة الأنبياء جميعاً الرفق، فعلى لسان نوح (يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ إِلَهٍ غَيْرِهِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ) (الأعراف: 59).

أما قصة إبراهيم مع أبيه، ففيها من الرفق واللين أعظم، (وَادْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صَدِيقًا نَّبِيًّا & إِذْ قَالَ لَأَبِيهِ يَا أَبَتْ لَمْ تَعْبُدْ مَا لَا يَسْمَعُ وَلَا يُبَصِّرُ وَلَا يُغْنِي عَنْكَ شَيْئًا & يَا أَبَتْ إِنِّي قَدْ جَاءَنِي مِنَ الْعِلْمِ مَا لَمْ يَأْتِكَ فَإِنَّمَا يُعَذِّبُ أَهْدِكَ صِرَاطًا سَوِيًّا & يَا أَبَتْ لَا تَعْبُدِ الشَّيْطَانَ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِرَحْمَنَ عَصِيًّا & يَا أَبَتْ إِنِّي أَخَافُ أَنْ يَمْسِكَ عَذَابًا مِّنَ الرَّحْمَنِ فَتَكُونَ لِلشَّيْطَانِ وَلِيًّا & قَالَ أَرَاغُبُ أَنْتَ عَنِ الْهَتِيِّ يَا إِبْرَاهِيمُ لَنْ لَمْ تَنْتَ لِأَرْجُمَنِكَ وَاهْجُرْنِي مَلِيًّا & قَالَ سَلَامٌ عَلَيْكَ سَأَسْتَغْفِرُ لَكَ رَبِّي إِنَّهُ كَانَ بِي حَفِيًّا) (مريم: 41 - 47).

فملامح الرحمة والرفق واللين تجلٰت في هذه المجموعة من الآيات، من خلال:

1) لفظ "يَا أَبَتْ"؛ للتودّد، وبعرض التأثير العاطفي على الوالد؛ عليه يستجيب.

2) النصح والتحذير من العذاب برفق ولين.

⁽¹⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 500/4.

(3) الرد على الوالد بشفقة وأدب، وعدم معارضته بالرد السيئ⁽¹⁾.

ومما يدل على عظم الرفق وأثره، ونسمة الفضاظة ومدى إعاقتها، ما روي "أن المأمون وعظه واعظ، وعنه له في القول، فقال: يا رجل، ارافق، فقد بعث من هو خير منك إلى من هو شر مني، وأمره بالرفق، فقال: (اَدْهِبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ & فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنَا لَعْلَهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ)" (طه: 43، 44)⁽²⁾.

خامساً: صعوبة فهم الرسالة الإعلامية

وينبع ذلك من خلال عدة أمور:

1) عدم وضوح الرسالة وعدم فهم مدلولها.

2) عدم ملاءمة الرسالة لمستوى المتلقى.

3) الإطالة المملة أو الاختصار المخل.

4) عدم الترابط بين أجزاء الرسالة.

5) عدم اختيار الوقت والزمان المناسب لعرض الرسالة⁽³⁾.

مقارنة بذلك، نجد أن الله سبحانه لما تحدث عن القرآن الكريم قال: (وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلنَّذِكْرِ فَهُلْ مِنْ مُذَكَّرٍ) (القمر: 17)، فهو سهل الفهم، عباراته في مواضعها المناسبة، لا حشو فيه ولا نقص، وكان ينزل مفرقاً حسب الوقت الملائم، مما أدى لتحقيق عظيم الأثر، وكتب له النجاح، وهذا بشهادة أعدائه قبل أتباعه، أما أثره على أتباعه، فنجدها في قوله تعالى: (إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ إِذَا ذِكِرَ اللَّهُ وَجَلَتْ قُلُوبُهُمْ وَإِذَا تُلَيْتُ عَلَيْهِمْ آيَاتُهُ زَادَتْهُمْ إِيمَانًا وَعَلَى رَبِّهِمْ يَتَوَكَّلُونَ) (الأنفال: 2).

أما أعداؤه، فخير مثال هو ما قاله الوليد بن المغيرة عن القرآن، حين اجتمعت قريش لتضرر قولاً تصرف به العرب حين وفودهم عن القبول بالقرآن والسمع له، فاحتاروا ما بين كونه سحراً، أو شعراً، أو هذياناً مجنوناً، أو قول كاهن، حتى قال الوليد بن المغيرة: "والله إن قوله لحلوة، وإن عليه لطلوة، وما أنت بقائلين من هذا شيئاً إلا عرف أنه باطل"⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ انظر: الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 117/11.

⁽²⁾ إحياء علوم الدين - الغزالى - 334/2.

⁽³⁾ انظر: مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتوكل - (ص: 130)، مدخل إلى الدراسات الإعلامية - د. تيسير مشارقة - (ص: 35).

⁽⁴⁾ انظر: السيرة النبوية - د. علي محمد الصلاي - 1/239، السيرة النبوية والإعلام الإسلامي - أمينة الصاوي وآخرون - (ص: 150).

وخلاصة ما سبق:

هناك العديد من المعوقات تواجه العملية الإعلامية، لكن الرد عليها، والوقف بوجهها يكون بالصبر والثبات، مصداقاً لقوله تعالى: (... اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (آل عمران: 200).

ومهما طال بغي العدو، فإن الغلبة والانتصار تكون لله سبحانه وأوليائه الصالحين الصادقين (إِنَّا لَنَنْصُرُ رُسُلَنَا وَالَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيَوْمَ يَقُولُ الْأَشْهَادُ & يَوْمَ لَا يَنْفَعُ الظَّالِمِينَ مَعْزِرُهُمْ وَلَهُمُ الْلَّعْنَةُ وَلَهُمْ سُوءُ الدَّارِ) (غافر: 51، 52).

الفصل الثاني

ضوابط الإعلام في القرآن الكريم

? المبحث الأول:

الضوابط بين الإرسال والتلقي

? المبحث الثاني:

الإعلام زمان السلم وضوابطه

? المبحث الثالث:

الإعلام زمان الحرب وضوابطه

تمهيد

يعتبر الإعلام من الأمور الهامة في مجال نشر الدين الإسلامي، ذلك أن الإسلام نظام كامل، جاء لتنظيم كافة أنواع السلوك الإنساني في الأوقات العادية، وفي أوقات السلم وال الحرب. وكي يقوم الإعلام بواجبه حق القيام، كان لا بد له من الالتزام بمجموعة من الضوابط والمعايير والقيم، التي تحكم أدائه، وتصوبه إن ضل الطريق؛ ولهذا تميز الإعلام الإسلامي بضوابط قرآنية شرعية، تمنحه القدرة الكاملة على التأثير في الرأي العام واتجاهاته.

وتقصد الباحثة بالضوابط: تلك القوانين والآداب التي يجب على الإعلام أن يلتزم بها؛ للوصول إلى أفضل النتائج المرجوة، وتزداد هذه الضوابط أهميةً في أوقات الأزمات والحروب. وتأتي أهمية هذه الضوابط، من كون الإعلام رسالةً وكلمةً، وهو فوق كل هذا أمانة يجب أن تؤدي، فالله تعالى يقول: (إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا) (النساء: 58).

"ونلحظ الأداء البياني في القرآن، في قوله (تؤدوا) هذه للجماعة، وهذا يعني أن كل واحد مطالب بهذا الحكم أو لا" ⁽¹⁾.

وإذا التزم الإعلام بهذه الضوابط، استحق أن يكون كلمةً طيبةً، (أَنَّمْ تَرَكِيفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةً طَيِّبَةً أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ & تُؤْتَيِ أَكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَسْرُبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لِعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ & وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَيِّثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَيِّثَةٍ اجْتَنَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ) (إِرَاهِيمٌ: 24 - 26).

"وحين نقارن الكلمة الخبيثة بالكلمة الطيبة، سنكتشف الفارق الشاسع، فالكلمة الخبيثة مجتنة من فوق الأرض ...، إذن فالاجتناث هو استئصال الشيء من أصله، وقلعه من جذوره، أما في المقابل في الشجرة الطيبة، فأصلها ثابت لا تخلله ظروف أو أحداث، والكلمة الخبيثة بلا جذور؛ لأنها مجتنة، وليس لها قرار تستقر فيه" ⁽²⁾.

وفي الصفحات القادمة، وقفات مفصلة مع ضوابط الإعلام زمان السلم وال الحرب، ومن قبلها ضوابط الإعلام بشكل عام.

⁽¹⁾ تفسير الشعراوي - محمد متولي الشعراوي - 2352/4.

⁽²⁾ المرجع السابق - 7509/12.

المبحث الأول الضوابط بين الإرسال والتلقي

? المطلب الأول:

ضوابط المرسل

? المطلب الثاني:

ضوابط الرسالة

? المطلب الثالث:

ضوابط الوسيلة

? المطلب الرابع:

ضوابط المتلقى

المطلب الأول

ضوابط المرسل

المرسل في العملية الإعلامية: هو القائم بالاتصال، الذي يهدف للتأثير في الأفراد بما لديه من أفكار، يعبر عنها من خلال الوسائل الإعلامية الإقناعية، وفق منهج علمي مدروس ومخطط⁽¹⁾.

ونتيجةً للدور الهام الذي يقوم به الإعلاميون، كان لزاماً عليهم أن يتلزموا بمجموعة من الضوابط والمعايير التي تحكم أدائهم، وقد تعرض القرآن الكريم لهذه الضوابط وتحدث عنها، ويمكن تفصيلها وبيانها فيما يلي:

أولاً: التيقن من صدق المعلومات

ويتحقق التثبت والتيقن من المعلومات، من خلال الاعتماد على المصادر محل الثقة؛ لهذا حثَّ القرآن الكريم على التثبت والتبيين في آيات عديدة، منها قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَنَّ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِيبُوهُمْ عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَاجِدِينَ) (الحجرات: 6).

فقد أمرت الآية الكريمة بالثبت من خبر الفاسق، وأدب المؤمنين بأدب ينفعهم في دينهم ودنياهم، وهو أمر ينبغي وجوده دوماً، لكن أهميته تزداد أوقات المعاهدات والسلم، وأوقات الأزمات وال الحرب، وهو أمر س يتم تفصيله في الصفحات القادمة بإذن الله ع.

وهذا التثبت يعتبر مسؤولية كافة العاملين في الحقل الإعلامي من مراسلين ومذيعين، ويقع عبءه الأكبر على كاهل المدراء ورؤساء تلك الوسائل الإعلامية.

وينبغي أن يكون هذا التثبت هو دين الإعلامي؛ لقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءِ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمُنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَى أَنَّ لَا تَعْدِلُوا اعْدُلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ) (المائدة: 8)، وقوله أيضاً: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنفُسِكُمْ أَوْ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِنْ يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَبَعِّدُوا إِنْ تَلُوُوا أَوْ تُخْرُضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا) (النساء: 135).

⁽¹⁾ انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 76).

فقد دعت الآيات الكريمة إلى التثبت من خلال مواطن عديدة، هي:
أولاً: استخدام صيغة المبالغة (**قَوَامِينَ بِالْقُسْطِ**) ولم يقل "قائمين"؛ دلالة على أن المطلوب هو الاستمرارية للسلوك العادل...، وعلى ذلك يكون الأمر الإلهي لكل مؤمن: لا تقم بالقسطمرة واحدة فقط، بل اجعله خصلة لازمة فيك⁽¹⁾.

ثانياً: قوله تعالى: (**شُهَدَاءُ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ**)، وفيها أمر لكافة المؤمنين بأن يكونوا شهداء بالحق، من خلال أن يتحرروا الحق الذي يرضي الله، ويؤدوا الشهادة ابتغاء وجه الله؛ لتكون الشهادة صحيحة عادلة حقاً، من غير مراعاة أحد، ولا محاباة⁽²⁾.

ثالثاً: الأمر بعدم اتباع الهوى: (**فَلَا تَتَبَعُوا الْهَوَى أَن تَعْدِلُوا**) "إذ في الهوى الزلل، أو فلا يحملنكم الهوى والعصبية وبغض الناس إليكم على ترك العدل في أموركم وشؤونكم"⁽³⁾.

رابعاً: خاتم الآية بقوله تعالى: (**وَإِن تُلْوُوا أَوْ تُعْرِضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا**)، وفيه تحذير وتهديد لمن يخالف هذه الضوابط، فلا يقوم بالقسط، ولا يجعل شهادته لله بالحق، ويتبادر الهوى، بأن الله - سبحانه - خبير بما سيفعل، ومحاسبه على عمله وتصرفة في دار الحساب والجزاء.

لكن في الواقع المعاصر، لم تلتزم وسائل الإعلام بالعدالة والتثبت من المعلومات، وباتت تتبع الهوى، وتعرض عن الطريق القويم، إلا من رحم الله.

ومع ذلك، فإن ظهور الوعي الإسلامي بدأ بغير من الصورة القائمة، وذلك بظهور بعض وسائل الإعلام الإسلامية، ولكنها الحق يقال، ما زالت بحاجة لبعض التعديل من سياستها؛ لتحقيق الثمرة المرجوة منها بصورة أكبر، ولتكون بحق (علاماً إسلامياً).

ثانياً: الصدق في نقل المعلومات والحصول عليها

رجل الإعلام ما هو إلا مبلغ للمعلومات والأخبار إلى الجمهور المتلقى للرسالة الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام، ولهذا ينبغي عليه أن يكون صادقاً فيما يبلغه وينشره، فقد قال تعالى: (**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ**) (التوبة: 119)، "أي كونوا على مذهب الصادقين وسبيلهم"، وقيل: هم الأنبياء؛ أي كونوا معهم بالأعمال الصالحة في الجنة⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ تفسير الشعراوي - محمد متولي الشعراوي - 2708/5.

⁽²⁾ انظر: التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 312/5.

⁽³⁾ المرجع السابق - نفس الصفحة.

⁽⁴⁾ الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 288/8.

ويُندرج تحت هذا الضابط عدة أمور، منها:

أولاً: الحصول على المعلومات بطرق مشروعة وصيانة الخصوصية الفردية: فقد قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظُّنُنِ إِنَّ بَعْضَ الظُّنُنِ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبْ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُّهُبْ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مِنْتَ فَكَرْهَتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَابُ رَحِيمٌ) (الحجرات: 12).

فقد نهت الآية الكريمة السابقة عن الحصول على المعلومات بطريق الظن، أو من خلال التجسس على الآخرين، فكلاهما طريقة موصى بها لمنع معلومات غالباً ما تكون خاطئة.

وقد جاءت الصيغة القرآنية حاثة على الترك، من خلال عدم استعمالها للنهي الصريح،

فلم يقل [ولا تظنوها]، وهذا أبلغ في الزجر والأمر بالترك⁽¹⁾.

"إن للناس حرياتهم وحرماتهم وكراماتهم التي لا يجوز أن تنتهك في صورة من الصور، ولا أن تمس بحال من الأحوال، ففي المجتمع الإسلامي الرفيع الكريم، يعيش الناس آمنين...، ولا يوجد مبرر مهما يكن لانتهاك حرمات الأنفس والبيوت والأسرار والعورات، حتى ذريعة تتبع الجريمة وتحقيقها لا تصلح في النظام الإسلامي ذريعة للتجسس على الناس"⁽²⁾.

ثانياً: عدم كتمان المعلومات التي ينبغي عليه إيصالها للجمهور: وقد توعد الله ع من يكتم المعلومات بالعذاب الشديد، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ الْلَّا عُنُونَ) (البقرة: 159). كما اشترط لقبول توبتهم بيان ما كتموه، فقال: (إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَبَيَّنُوا فَأُولَئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَابُ الرَّحِيمُ) (البقرة: 160).

كما بين تعالى في موضع آخر من نفس السورة عقوبة من يكتمون البيانات، واصفاً إياهم بمن اختاروا طريق الضلال على الهدى، إذ إنهم لا يضلون أنفسهم فحسب، بل يضلون غيرهم بضلائهم وكتمانهم، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلَ اللَّهُ مِنَ الْكِتَابِ وَيَسْتَرُونَ بِهِ ثُمَّا قَلِيلًا أُولَئِكَ مَا يَأْكُلُونَ فِي بُطُونِهِمْ إِلَّا نَارًا وَلَا يَكْلِمُهُمُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزْكِيَهُمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ & أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرَوُ الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ وَالْعَدَابَ بِالْمَغْفِرَةِ فَمَا أَصْبَرَهُمْ عَلَى النَّارِ) (البقرة: 174، 175).

"والكتم والكتمان عدم الإخبار بما من شأنه أن يُخبر به من حادث مسموع أو مرئي، ومنه كتم السر...، وعبر في (يَكْتُمُونَ) بالفعل المضارع؛ للدلالة على أنهم في الحال كاتمون للبيانات والهدى، ولو وقع بلفظ الماضي لتوهم السامع أن المعنى به قوم مضوا، مع أن المقصود إقامة الحجة على الحاضرين"⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: ورقات في معاني سورة الحجرات - الشيخ عبد الكريم الكحلوت - (ص: 34).

⁽²⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 3346/26.

⁽³⁾ التحرير والتواتير - ابن عاشور - 66/2.

هذا ويتربّ على نقل المعلومات بطريقة كاذبة، أو الحصول عليها من غير مصادرها الموثوقة، نشر الفتن والاضطرابات، ويبرز هذا واضحاً خلال الحروب والأحداث الجسيمة التي تتعرض لها بعض البلدان والمناطق، حيث يكون التضليل الإعلامي للجمهور واضحاً بصورة كبيرة في بعض القنوات الفضائية والإعلاميين فيها، حين ينقلون الحدث بغير صورته الحقيقة، أو يعتمدون على بعض المرجفين في المدينة ليكونوا مصدراً لأخبارهم، ثم يجدوا وللأسف من يقوم بتصديقهم.

ثالثاً: الالتزام بالأخلاق الكريمة

من الواجب على القائمين بالاتصال في العملية الإعلامية، أن يتزمروا بالأخلاق الحميدة، إذا إن مدى التزامهم بالأخلاق يغرس محبتهم في قلوب الجمهور، و يجعل تأثيرهم أقوى وأشد. وقد جاء الأمر الرباني بالتزام محسن الأخلاق في العديد من النصوص القرآنية، منها: قوله تعالى: (إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعُدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَا عَنِ الْفُحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ) (النحل: 90).

لهذا، كان من الواجب على رجل الإعلام أن يتلزم بهذه الأخلاق، ممثلة في العدل والقسط في القول والتحليل والتعليق، والصدق في القول، وحسن التعامل مع الضيف في البرامج والنشرات الإخبارية.

كما بات لزاماً عليه أن يتلزم بحسن التعامل مع الجمهور المتلقى لرسالته الإعلامية، فلا يسخر من جمهوره، (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخِرُ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّنْ نِسَاءٍ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابِرُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْاسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ إِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتَبَّعْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ) (الحجرات: 11)؛ إذ إن السخرية عاقبها وخيمة، تفقد رجل الإعلام جمهوره، وتؤدي لفشل رسالته الإعلامية.

ومن الأخلاق التي ينبغي على رجل الإعلام تحلي بها: حفظ ما يؤتمن عليه من أسرار، وهو ما يسمى في عُرف العمل الإعلامي (أسرار المهنة)، وقد جاء الأمر بالوفاء بالعهد مطلقاً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (... وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسُوْلاً) (الإسراء: 34)؛ فإذا كان الحفاظ على العهود والأمانات مطلوباً في كل حال، فإن الحرص عليه يزداد في أسرار العمل والمهنة، فكم من سر مهني أذيع ترتيب عليه مشاكل للوسيلة الإعلامية والعاملين فيها، وكم من سر مهني حُفظ عليه، حق السبق والتميز للإعلامي ووسيلته الإعلامية.

ويدرج تحت الأخلاق الكريمة كذلك: التأدب في القول، وهناك فرق واضح بين رجل الإعلام الذي يتحدث بلباقة وأدب مع ضيوفه ومع جمهوره، وبين الإعلامي سليط اللسان، الذي ينفر الجميع منه، ومن الطبيعي أن يكون رجل الإعلام الإسلامي متزماً بحسن القول والعبارة؛

لأن هذا الالتزام هو التزام ديني، قبل أن يكون التزاماً مهنياً فرضته عليه سياسة الوسيلة الإعلامية، حيث يقول تعالى: (...وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ...) (البقرة: 83)، ويقول أيضاً: (وَهُدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهُدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ) (الحج: 24)

رابعاً: المعرفة الشاملة والإحاطة بالموضوع

يطرح رجل الإعلام مختلف القضايا الدينية والسياسية والاجتماعية وغيرها، من خلال رسائله التي يبثها عبر وسائل الإعلام، ومن المعيب أن يخرج رجل الإعلام للحديث حول موضوع ما، ثم يفاجئه أحد الضيوف أو المشاركين بمعلومات لم يكن قد اطلع عليها. لهذا، دعا القرآن الكريم إلى المعرفة الشاملة، والعلم التام بالأمور قبل عرضها، وإن القارئ للقرآن الكريم يلاحظ هذه الدعوة من خلال مواضع عديدة، منها قوله تعالى: (وَعَلَمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ ...) (البقرة: 31).

وقد أكدت الآية السابقة على وجوب المعرفة الشاملة، من خلال لفظ (كل)، فهو "لفظ عموم على وجه الاستيعاب، وحقيقة للإحاطة بالأبعاد" ⁽¹⁾.

كما جاء في القرآن الكريم نهي للجدال بغير علم، وأن الواجب أن يستند المرء في كل ما يصدر عنه إلى العلم، حيث قال تعالى: (هَآأَنْتُمْ هُؤُلَاءِ حَاجَتُمْ فِيمَا لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ فَلِمَ تُحَاجُونَ فِيمَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (آل عمران: 66).

فقد تحدثت الآية عن أهل الكتاب، الذين جادلوا في إبراهيم ﷺ وكونه يهودياً أو نصراانياً، دون أن يكون لديهم العلم بذلك، بخلاف علمهم بموسى وعيسى ﷺ، الذين ادعوا أنهم على دينهما، وعلمهم بمحمد ﷺ الذي وجدوا أوصافه في كتابهم ⁽²⁾.

وقد جاء النهي في القرآن الكريم عن التحدث بغير علم، فقال تعالى: (وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ...) (الإسراء: 36)، حيث ورد في هذه الآية ثلاثة تأويلات، كان أحدها: "معناه: لا تقل ما ليس لك به علم، فلا تقل: رأيت ولم تر، ولا سمعت ولم تسمع، ولا علمت ولم تعلم" ⁽³⁾.

فيما اعتبر القرآن الكريم السؤال أو الحديث بغير علم هو من قبيل الجهل، فقال: (...فَلَا تَسْأَلْنَ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنِّي أَعِظُكَ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ) (هود: 46)، والجهل المنهي عنه في هذه الآية هو نقيس العلم، وكأنه يقول: "إنني أعظك أن تكون من الجاهلين، الذين تحركهم

⁽¹⁾ مجمع البيان في تفسير القرآن - أبو علي الطبرسي - 120/1.

⁽²⁾ انظر: معلم التزيل - البغوي - 300/1.

⁽³⁾ النكت والعيون - الماوردي - 243/3.

المشاعر، وتوجههم العواطف المتعارضة مع الإيمان والحق، والذين يقدمون ما تُوحى لهم به هذه الروابط على الإيمان والحق"⁽¹⁾.

خامساً: الالتزام بما يقدم

من ضمن الضوابط التي ينبغي أن يلتزم بها القائم بالاتصال في العملية الإعلامية، أن يكون ملتزماً بما يقدمه للجمهور من توجيهات وتعليمات، فإنه إن دعاهم لشيء ثم خالفهم فيه، يحكم على رسالته الإعلامية بالفشل المحقق النزيع.

لذا، فإننا نجد الرسل جميعاً كانوا يؤكدون على التزامهم بما يدعون به أقوامهم، فها هو شعيب لما يخاطب قومه قائلاً: (... وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا إِصْلَاحَ مَا اسْتَعْفَتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوْكِيدُتْ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ) (هود: 88)، "أَنْ أُخَالِفَكُمْ": أي بأن أذهب وحدي إلى ما أنهكم عنه في المستقبل...، وقد نبهت هذه الأجوية الثلاثة على أن العقل يجب أن يراعي في كل ما يأتي ويدرك أحد حقوق ثلاثة: أهمها وأعلاها حق الله، وثانيها حق النفس، وثالثها حق العباد على وجه الإخلاص في الكل، فثبتت ببعده عن التهمة مع سداد الأفعال وحسن المقاصد"⁽²⁾.

وتحت هذا الضابط، يأتي قوله تعالى: (أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْهَوْنَ أَنفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتَنَاهُونَ
الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ) (البقرة: 44).

وقد نزلت هذه الآية في يهود المدينة، حيث كان أحدهم يقول لقرينته ومن بينه وبينهم رضاع من المسلمين: اثبّت على الدين الذي أنت عليه وما يأمرك به هذا الرجل، وكانوا يأمرون الناس بذلك ولا يفعلونه⁽³⁾.

وعلى هذا، فإن من أمر غيره بأمر ثم لم يأته، كان معرضًا نفسه للشبه باليهود، الذين نزلت في حقهم هذه الآية.

وقد جاءت الآية بصيغة الزجر عن أمر الغير بفعل ثم عدم إتيانه، حيث إن "الألف في (أتَأْمُرُونَ) ألف الاستفهام، ومعناها التوبيخ، وقوله تعالى: (تَنْهَوْنَ) أي: تتركون"⁽⁴⁾.

فالواجب إذن فيمن يدعو غيره لشيء أن يمتثله ويكون أول القائمين به، ومن باب أولى ب الرجال الإعلام أن يكونوا كذلك؛ لتكون رسالتهم أقرب إلى القلوب، وأحرى بالتصديق والتطبيق.

⁽¹⁾ التفسير الموضوعي بين النظرية والتطبيق - د.صلاح عبد الفتاح الخالدي - (ص: 119).

⁽²⁾ نظم الدرر في تناسب الآي و السور - برهان الدين البقاعي - 567/3.

⁽³⁾ انظر: أسباب النزول - السيوطي - (ص: 22).

⁽⁴⁾ زاد المسير في علم التفسير - ابن الجوزي - 62/1.

سادساً: الفصاحة

إن القائم بالاتصال أو المرسل في العملية الإعلامية، هو الناطق باسم الوسيلة؛ لإيصال رسالتها إلى الجمهور، ولما كان الغرض من هذه الرسائل أن تؤثر في المجتمعات وسلوكيات الأفراد، كان لا بد لها من ضوابط تؤدي لوضوحها، وسهولة فهمها.

لكننا نلاحظ أن بعض الرسائل الإعلامية، قد تتوافق فيها الضوابط، ولكن لا يتحقق تأثيرها؛ نتيجة خلل في إيصالها للجمهور، وهذا الخلل نابع من القائم بالاتصال؛ نتيجة خلل في كيفية النطق وطريقته لديه.

كما أن بعض المواطن والظروف الطارئة، تؤدي إلى خلل في برامج البث؛ نتيجة حرب، أو حدث جلل، أو غير ذلك، مما يقتضي أن يظهر الإعلامي مباشرةً عبر وسليته واصفاً هذا الحدث، و沐لاً علىه.

وكلا هذين الأمرين، يتطلب أن يتواافق في الإعلامي ضابط الفصاحة والطلاق اللغوية، وهو أمر ظهر دوره وأهميته من خلال قصة موسى ﷺ لما جاءه الأمر الإلهي بدعوة فرعون، حيث قال: (وَاحْلُّ عَقْدَةً مِنْ لِسَانِي & يَقْهُوا قَوْلِي) (طه: 27، 28)، وقال في موضع آخر: (وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلَهُ مَعِي رَدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونَ) (القصص: 34)، وفي موضع ثالث: (وَيَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسَلْتُ إِلَيْهِ هَارُونَ) (الشعراء: 13).

فقد نصت هذه المواقع الثلاثة على الفصاحة وطلاق اللسان، ففي الموضع الأول، افترن الدعاء ببيان العلة، فقال: "وَأَسْأَلُكَ يَا رَبَّنِي تَحْلِي عَدْدَةً مِنْ لِسَانِي، حَتَّى يَفْهَمَ النَّاسُ قَوْلِي لَهُمْ، وَحَدِيثِي مَعَهُمْ، فَهُمَا يَتَأْتِي مَنْهُ الْمَقْصُودُ" ⁽¹⁾.

وفي الموضع الثاني، أظهر العلة من طلب أخيه هارون ﷺ معه؛ إذ إن هارون ﷺ كان أفعى من موسى ﷺ، وبالتالي، فإنه أقدر على المدافعة وبيان الحق وتصديقه، "وليس المراد بقوله (يُصَدِّقُنِي) مجرد قوله له صدق، أو قوله للناس: صدق أخي؛ لأنَّه لا يحتاج فيه إلى زيادة الفصاحة، وإنما طريق تصديقه أن يلخص الحق بلسانه، ويجادل الكفار ببيانه، وذلك يجري مجرى التصديق" ⁽²⁾.

أما الموضع الثالث، فيبيَّن أهمية الفصاحة للمتحدث، إذ إن المراد منه: "وليس عندي الفصاحة التي تجعلني أظهر ما في نفسي من تقدير لأباطيلهم، ومن إزهاق لشبهاتهم، خصوصاً عند اشتداد غضبي عليهم" ⁽³⁾.

⁽¹⁾ القصة في القرآن الكريم - د. محمد سيد طنطاوي - 358/1

⁽²⁾ الفتوحات الإلهية - الجمل - 348/4

⁽³⁾ القصة في القرآن الكريم - د. محمد سيد طنطاوي - 368/1

سابعاً: السماح لآخرين بالحديث

في العمل الإعلامي، كثيراً ما يتواجد الضيف، سواءً أكانوا متفقين مع الإعلامي في وجهات النظر، أم مخالفين له.

وهذا الأمر، يحتم على الإعلامي أن يكون لديه سعة أفق وصدر، وأن يضبط الحوار ويدبره بصورة عادلة، بحيث يعطي كل واحد من الضيف أو المشاركين نصيحة الكافي للحديث، وهذا أمر هام، إذ إنه يضفي قبولاً لرجل الإعلام ووسائله، وبياناً لحنكته ومهارته، بخلاف من لا يلتزم بذلك.

كما أن عدم إعطاء الوقت الكافي للحديث، يتراقص مع مبدأ الموضوعية والتجرد من الذاتية، وهو من أهم المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي⁽¹⁾.

وقد قرر القرآن الكريم هذا المبدأ، من خلال السماح لآخرين بالحديث، مما بلغت معارضتهم لسبيل الحق، وقد ظهر ذلك واضحاً في النماذج الحوارية العديدة التي عرضها القرآن الكريم، وهو ما يصعب حصره وعرضه في هذه العجالة.

ولكن، لنأخذ على سبيل المثال لا الحصر، حواره تعالى مع إبليس، والذي تكرر في آيات عديدة، منها: (وَإِذْ قَالَ رَبُّ الْمَلَائِكَةِ إِنِّي خَالقُ بَشَرًا مِّنْ صَلْصَالٍ مِّنْ حَمَّاً مَسْنُونٍ & فَإِذَا سَوَّيْتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي فَتَعْوَلُهُ سَاجِدِينَ & فَسَجَدَ الْمَلَائِكَةُ كُلُّهُمْ أَجْمَعُونَ & إِنَّا إِبْلِيسَ أَبِي أَنْ يُكَوِّنَ مَعَ السَّاجِدِينَ & قَالَ يَا إِبْلِيسُ مَا لَكَ أَنَا تَكُونَ مَعَ السَّاجِدِينَ & قَالَ لَمَّا أَكُنْ أَسْجُدُ لِبَشَرٍ خَلَقْتَهُ مِنْ صَلْصَالٍ مِّنْ حَمَّاً مَسْنُونٍ & قَالَ فَأَخْرُجْ مِنْهَا فَإِنَّكَ رَجِيمٌ & وَإِنَّ عَلَيْكَ اللَّعْنَةَ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ & قَالَ رَبِّيَ فَأَنْظُرْنِي إِلَى يَوْمِ يُبَعَّثُونَ & قَالَ فَإِنَّكَ مِنَ الْمُنْتَرَيْنَ & إِلَى يَوْمِ الْوَقْتِ الْمَعْلُومِ & قَالَ رَبِّيَ مَا أَغْوَيْتَنِي لَأُزِينَنَّ لَهُمْ فِي الْأَرْضِ وَلَأُغْوِيَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ & إِنَّا عِبَادُكَ مِنْهُمُ الْمُخْلَصِينَ & قَالَ هَذَا صِرَاطٌ عَلَيْهِ مُسْتَقِيمٌ & إِنَّ عِبَادِي لَيْسَ لَكَ عَلَيْهِمْ سُلْطَانٌ إِلَّا مَنِ اتَّبَعَ مِنَ الْفَاوِينَ) (الحجر: 28 - 42).

فنظرة لهذه الآيات، وهذا الحوار، كفيلة ببيان المراد من هذا الضابط، فرغم مخالفة إبليس بالأمر الإلهي بالسجود لآدم، لكن الله ﷺ بدأ الحديث مع إبليس سائلاً عن السبب وهو يعلمه، ولم ينه الحوار مباشرةً بعدهما ظهر تكبر إبليس وضلاله، بل واصل الحوار معه، معطياً إياه مجالاً للحديث وبيان رأيه، رغم علم الله ﷺ الأزلية بكل ما سيحدث، وبكل ما سيقوله إبليس. فإن كان الله ﷺ قد فعل هذا، وهو العالم بكل شيء، فمن باب أولى أن نلتزم نحن بعلمنا القاصر بمثل هذه الضوابط، لاسيما العاملين في الحقل الإعلامي؛ لأنهم محط الأنظار والاهتمام من كافة الجماهير المتابعة لرسائلهم وخطابهم الإعلامي.

⁽¹⁾ انظر: الفصل الأول - المبحث الثالث - المطلب الأول - (ص: 68).

وقد اعتبر العديد من العلماء هذا الضابط من الأمور الهامة، التي ينبغي الالتزام بها، بحيث يجب ألا يتعرض أحد المحاورين لكلام الآخر؛ حتى يفهم المراد من الحديث تماماً، وأن ينتظر كل طرف منها الآخر؛ حتى ينهي كلامه، ولا ينبغي أن يقطع عليه كلامه حتى يكمله وينهيء⁽¹⁾.

لكن، قد يستثنى هنا ما إذا أطل الضيف في حواره، لاسيما وأن وسائل الإعلام مقيدة في برامجها وعرضها بوقت محدد، فالساعة التلفزيونية أو الإذاعية مدتها خمسون دقيقة فقط، وهكذا، فإن الارتباط بوقت زمني يحتم على المذيع أن يدير الحوار، وأن يقاطع الضيف، شريطة أن يكون هذا في حدود اللائق، وفي أوقات إطالة الضيف بالحوار، وليس المقاطعة لغرض المقاطعة، وإشعال أوار الحرب داخل الحلقة، كما يفعل بعض المذيعين في برنامج الاتجاه المعاكس وأمثاله من البرامج، فهذه معركة كلامية جدلية، توغر الصدور، وتتفرّق القلوب بدلاً من تأليفها، وزرع المحبة والود والتراحم بين المسلمين.

ثامناً: ملائمة الصوت لحاجة السامع

من الضوابط التي ينبغي على الإعلامي الالتزام بها، أن يكون صوته ملائماً لحاجة ضيوفه، أو المشاركين معه، أو حتى المتابعين.

ولعل البعض يعقب على هذا الضابط بأنه قد يندرج ضمن المقومات الفنية لوسائل الإعلام، فنقول: إن المراد هنا لا يتعلق بالهندسة الصوتية وعمليات المونتاج وتحسين الصوت التي تم عقب التسجيل، أو خلال بث الحلقات البرامجية ونشرات الأخبار المباشرة، وإنما المراد صوت المذيع نفسه خلال التسجيل، فلا ينبغي أن يرفعه؛ ظناً منه أن هذا يعطي قوة في الأداء، ولا ينبغي خفضه عن الحد المعقول؛ معتقداً أن هذا يضفي نبرة الحزن والتأثر، فتلك أمور لها علاقة بالتنغيم والمقامات الصوتية، وليس بخفض الصوت أو رفعه.

وقد حثَّ القرآن الكريم على ضرورة أن يكون المرء معتدلاً في حديثه وصوته وخطابه، فقد قال تعالى: (وَاقْصِدْ فِي مَشْبِكَ وَاغْضُفْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتَ لَصَوْتِ الْحَمِيرِ) (لقمان: 19).

فهذه من إحدى نصائح لقمان لابنه، يعظه فيها بعدم المبالغة في الكلام، وعدم رفع الصوت بما لا فائدة فيه، فهذا أفضل للمتحدث وأكثر وقاراً، وهو كذلك أفضل وأحسن للسامع، وهذا ما يليق بالإنسان العاقل؛ كي لا يكون صوته شبيهاً بصوت الحمار، فالمراد من هذه النصيحة: انقص بعضه واحفظه؛ حتى لا يصل إلى الصوت الذي يؤذى الجليس، وربما يخرق

⁽¹⁾ انظر: فقه الحوار في ضوء السنة النبوية - أ.د.أحمد عبده عوض - (ص:79)، آداب الحديث والمناظرة - محمد الأمين الشنقطي - 76/2.

طلبة الأذن، على أن ارتفاع الصوت دليل على شيء من الغرور والاعتداد وعدم الاكتتراث بالغير، والمراد التوسط؛ حتى لا يجهر جهراً مقوتاً، ولا يخافت مخافته مرذولة، وخير الأمور أوساطها، فإن من يرتفع صوته في الحديث بدون مبرر ولا حاجة، فإن صوته كالنهاق، وإن أنكر الأصوات لصوت الحمير، وكانت العرب تجعل الحمار مثلاً في الذم والغباوة، وكذلك نهقه⁽¹⁾.

تاسعاً: الإعراض عن الجاهلين

قد يواجه الإعلامي في عمله مجموعةً من الأفراد، أقل ما يوصفون به أنهم (جاهلون)، غرضهم فقط الاعتراض لأجل الاعتراض والجدال، لا لأجل مصلحة ومنفعة تترتب على جدالهم وحوارهم، وهذه سنة موروثة منذ القدم، فقد تعرض الأنبياء والمرسلون لمثل هؤلاء.

وقد ورد ذكر هؤلاء الجاهلين، وإذاؤهم للأنبياء والمرسلين في مواضع عده في القرآن الكريم، أوضحت أنه أمر لا بد منه عند الجهر بدعوة يرفضونها، فقال تعالى: (فَاصْدِعْ بِمَا تُؤْمِنُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ & إِنَّا كَفَيْنَاكَ الْمُسْتَهْزِئِينَ & الَّذِينَ يَجْعَلُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ & وَلَقَدْ نَعْلَمُ أَنَّكَ يَضْيقُ صَدْرُكَ بِمَا يَقُولُونَ & فَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ وَكُنْ مِنَ السَّاجِدِينَ & وَاعْبُدْ رَبَّكَ حَتَّىٰ يَأْتِيَكَ الْيَقِينُ) (الحجر: 94 - 99).

"(وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ) لا تلتقيت إلى ما يقولون، ولا تبال بهم...، (الَّذِينَ يَجْعَلُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ) وصفهم بذلك تسلية لرسول الله ﷺ، بإعلام أنهم لم يقتصروا على الاستهزاء به ﷺ، بل اجتروا على العظيمة، التي هي الإشراك بالله تعالى...، وكان يضيق صدره ﷺ؛ لأن الجلة البشرية تضعف على الاحتمال"⁽²⁾.

وقد كان المنهج الرباني واضحاً في كيفية التصدي لأمثال هؤلاء والتعامل معهم، بطرق ثلاثة لا رابع لها، فقد قال تعالى: (وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا إِلَى مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَإِلَى الرَّسُولِ رَأَيْتَ الْمُنَافِقِينَ يَصُدُّونَ عَنْكَ صُدُودًا & فَكَيْفَ إِذَا أَصَابَتْهُمْ مُصِيبَةٌ بِمَا قَدَّمْتَ أَيْدِيهِمْ ثُمَّ جَاءُوكَ يَحْلِفُونَ بِاللَّهِ إِنْ أَرَدْنَا إِنَّا إِحْسَانًا وَتَوْفِيقًا & أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعَظِّهِمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيفًا) (النساء: 61 - 63).

إذ إن وسائل إصلاح هؤلاء المعرضين، المنافقين، في أمور ثلاثة:

1) الإعراض عنهم، وعن عقابهم، وعن قبول أذارهم.

2) وعظهم، ونصحهم، وتخويفهم، وإرشادهم لفعل الخير؛ مما يدفعهم لتأمل ما يوعظون به.

⁽¹⁾ انظر: التفسير الواضح - محمد محمود حجازي - 49/3.

⁽²⁾ المقططف من عيون التفاسير - مصطفى الخيري المنصوري - 101/3.

(3) زجرهم بأبلغ أساليب الزجر والقول المؤثر، عن طريق توعدهم بالقتل والاستصال

باستمرارهم في نفاقهم، وأنهم في الدرك الأسفل من النار⁽¹⁾.

لكن التركيز الأكبر كان على الإعراض، ففي موضع آخر، يقول تعالى: (اتَّبِعْ مَا أُوحِيَ

إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ) (الأنعام: 106).

وقد جعل المولى سبحانه من صفات عباده المتقيين، إعراضهم عن أمثال هؤلاء من

الجاهلين، فقال: (وَعَبَادُ الرَّحْمَنِ يَمْسُونُ عَلَى الْأَرْضِ هُوَنَا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا)

(الفرقان: 63).

فالمراد بالجاهلين في الآية السابقة، هم السفهاء، وجهاتهم هو جهل الطيش والرعونة؛

نتيجة سوء خلقهم وتعاملهم، فيعتدون على عباد الرحمن، ويستمونهم، ويسبونهم، لكن كل هذه

المحاولات لا تجدي نفعاً، ولا تنتهي عباد الرحمن عن مواصلة طريقهم، بدليل قوله تعالى:

(وَإِذَا سِمِعُوا الْغُوَّا عَرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ)

(القصص: 55)، فال موقف واحد، "يضع عباد الرحمن في مقابل الجاهلين السفهاء الطائشين،

ويدعوه إلى ترفع المسلمين على الجاهلين، وترك مفاصلة المسلمين للجاهلين، وكل عمل على

شاكنته، وكل إباء بالذى فيه ينضح"⁽²⁾.

ويضاف لهذه الضوابط مجموعة أخرى لا بد أن تتلزم بها المرأة إن دخلت مجال

الإعلام، وهذه الضوابط مجموعة في عدة آيات، هي:

أولاً: غض البصر وعدم الخلوة مع الرجال

فقد جاء الأمر الإلهي للمؤمنين بأن يغضوا أبصارهم، وألا ينظروا لما حرم الله، وذلك

في قوله تعالى: (قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغْضُبُوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَيْرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ)

(النور: 30).

ثم جاء تأكيد الأمر مرة أخرى، وتكراره للمؤمنات في الآية التالية، فجاء الخطاب

الرباني: (وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُبْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ ...) (النور: 31)؛ لما في النظر من الخطر، فإن

النظرة تزرع في القلب شهوة، ورُبَّ شهوة أورثت حزناً وندماً طويلاً، فالنظر "بريد الزنا، ورائد

الفجور، وهو مقدمة للوقوع في المخاطر...، ولأن البلوى فيه أشد وأكثر، ولا يكاد يقدر على

الاحتراس منه، وهو الباب الأكبر الذي يوصل إلى القلب، وأعمق طرق الحواس إليه، ويكثر

السقوط من جهته"⁽³⁾.

(1) انظر: التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج – أ.د. وهبة الزحيلي – 135/5.

(2) التفسير الموضوعي بين النظرية والتطبيق – د.صلاح الخالدي – (ص: 116).

(3) تفسير آيات الأحكام من القرآن – الشيخ محمد علي الصابوني – 107/2.

وإن الأمر بغض البصر الذي قد يكون في مكان علني يجمع الكثير، أو حتى في الطرق، أو في أي مكان، يحمل إشارة إلى ما هو أبعد وأعمق دلالةً، ألا وهو منع الاختلاء بالرجال، فما اختلى رجل وامرأة في مكان إلا كان الشيطان ثالثهما، وكان الخطر مترباً بصورة أكبر، ولهذا جاء قوله تعالى: (وَلَا تُقْرِبُوا الزَّنَى إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا) (الإسراء: 32)؛ فنهى عن مقدمات الزنا، ومن خلالها يكون النهي عن الفعل نفسه.

لذا، فمن الواجب في وسائل الإعلام التي تستعين بالمرأة، أن تجعل غرفاً منفصلةً للنساء تختلف عن أماكن الرجال، فهذا أفضل وأكثر حسانةً وأمناً، وهو من باب الأخذ بالأسباب.

ثانياً: الالتزام باللباس الشرعي

فقد فرض الله - سبحانه - لباساً ينبغي على المرأة المسلمة الالتزام به؛ لما فيه من ستر لها، وصيانتها وحمايتها عن كل أذى، فاشترط مجموعةً من الشروط، هي:

أولاً: أن يكون ساتراً لجميع العورة إلا ما استثنى منها: فقد أجمع الأئمة أن ما عدا الوجه والكفين من المرأة داخل في وجوب الستر أمام الآجانب، فقد قال تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفَ فَلَا يُؤْدِينَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُوراً رَّحِيمًا) (الأحزاب: 59)، كما أوضح في موضع آخر من يجوز إظهار الزينة أمامهم، فقال تعالى: (...وَلَا يُبَدِّلِنَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعْولَتَهُنَّ أَوْ أَبَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءَ بُعْولَتَهُنَّ أَوْ إِخْوَانَهُنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخْوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَلَكَتْ أَيْمَانَهُنَّ أَوْ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولَى الْإِرَابِيَّةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهِرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ...) (النور: 31)

ثانياً: ألا يكون زينة في نفسه: لقوله تعالى: (...وَلَا يُبَدِّلِنَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا ...) (النور: 31)، ومعنى (ما ظهر منها): أي بدون قصد ولا تعمد، فإذا كان في ذاته زينة فلا يجوز إبداؤه، ولا يسمى حجاباً؛ لأن الحجاب هو الذي يمنع ظهور الزينة للأجانب، أما الزينة فنص الآية على تحريمها، بقوله تعالى: (...وَلَا يَضْرِبُنَ بِأَرْجُلِهِنَ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِنَ مِنْ زِينَتِهِنَ وَتَبُوُ إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (النور: 31).

ثالثاً: أن يكون سميكاً لا يشف ما تحته من الجسم: لأن الغرض من الحجاب الستر.

رابعاً: أن يكون فضفاضاً: لا يُجَسِّمُ العورة، ولا يظهر أماكن الفتنة في الجسم.

خامساً: ألا يكون الثوب معطراً: فتعطر المرأة يجعلها في حكم الزانية؛ لأنها بذلك مهيبة لشهوات الرجال التي هي بمنزلة رائد الزنا.

سادساً: ألا يكون الثوب فيه تشبه بالرجال، أو مما يلبسه الرجال.

سابعاً: ألا تشبه زي الراهبات من أهل الكتاب أو زي الكافرات: لأن الشريعة الإسلامية نهت عن التشبه بالكافر، وأمرت بمخالفة أهل الكتاب في الزي والهيئة.

ثامناً: لا يكون ثوب شهرة: وهو الثوب الذي يقصد بلبسه الاستهار بين الناس، كالثوب الفيس الثمين الذي يلبسه صاحبه تفاخراً بالدنيا، وهذا الشرط ينطبق على الرجال والنساء⁽¹⁾.

ثالثاً: عدم الخضوع بالقول

فقد أمر الله - سبحانه - المؤمنات أن يبتعدن عن خضوع القول وتلبيته؛ بما يثير الشهوات، فقال تعالى: (... فَلَا تَخْضُعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعُ الَّذِي فِي قُلُبِهِ مَرَضٌ وَقُلُنَّ قَوْلًا مَعْرُوفًا & وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرَّجْ جَاهِلِيَّةِ الْأُولَى وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَأَتِينَ الرَّزْكَةَ وَأَطْعِنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ...) (الأحزاب: 32، 33).

لكنه لم يأمرهن بالسکوت مطلقاً، أو تجنب الحديث، فأمرهن بالقول المعروف، " وأن يكون قولهن جزاً، وكلامهن فصلاً، ولا يكون على وجه يظهر في القلب علاقة بما يظهر عليه من اللين، كما كانت الحال عليه في نساء العرب من مكالمه الرجال بترخيص الصوت ولينه مثل كلام المربيات والمومسات، وأمرهن بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ...، والمرأة يُندب في حقها الغلطة في القول إذا خاطبت الأجانب والمحرمين عليها بالمصاهرة، وعلى الجملة فالقول المعروف: هو الصواب الذي لا تكره الشريعة ولا النفوس"⁽²⁾.

وبعد هذه الضوابط التي ينبغي للمرأة أن تلتزم بها عند رغبتها في العمل الإعلامي:

فإن نظرة واحدة كفيلة بأن تربينا العجب العجاب، مما يحزن القلب، وتدعى له العين. فنحن أمام وسائل إعلام تُطلق على نفسها اسم (الإعلام الإسلامي)، لكنها تستثنى ظهور المرأة مذيعة أو ضيفة، حتى لو كانت ملتزمة بالزي الشرعي والحجاب الإسلامي؛ وحاجتها: منع الفتنة وعدم الوقوع في الحرام، وما أبعده عن الصواب، فالدين الإسلامي لم يمنع المرأة من الخروج والعمل إذا التزمت بالشروط الواجبة، حتى إن نساء النبي كن يُعلمون غيرهن من نساء الصحابة، بل والصحابة أنفسهم.

وعلى النقيض، نرى وسائل إعلام تسمح للمرأة بأن تخرج سافرة متبرجةً، لا تكاد تضع على جسدها ما يستره إلا القليل، حتى إن بعض هذه الوسائل يشترط على المتقدمة للعمل لديه إن كانت محجبةً أن تخلع حجابها، بل وأصبح يستغل المرأة في الإعلانات وغيرها بصورة منفرة، أظهرت المرأة وكأنها سلعة، وليس إنسانة لها كرامتها وخصوصيتها، وكلا الوسيطتين مخطئتان في منهجهما وسياستهما المتبعة.

⁽¹⁾ انظر: اللباس والزينة في الشريعة الإسلامية - د. محمد عبد العزيز عمرو - (290 - 340)، تفسير آيات الأحكام من القرآن - الشيخ محمد علي الصابوني - 276/2.

⁽²⁾ الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 176/14.

⁽³⁾ انظر: مجلة الإسراء - مقال: دور المرأة في الإعلام الإسلامي - سمية الشيخ علي - (ص: 81) - جمادى الأولى والآخرة 1419هـ/ يوليو وأغسطس 1998م.

وفي أيامنا هذه، بدأنا نشهد اتجاهًا ثالثاً، سمح للإعلامية بالظهور على شاشاتها، متى ما التزم بالزعي الشرعي، غير خاضعة بالقول، الأمر الذي عكس سماحة الدين الإسلامي، الذي جاء لرفعة المرأة، وليس لعزلها عن ممارسة دورها في المجتمع.

إلا أن بعض تلك الوسائل ما زالت بحاجة إلى تعديل بعض سلوكياتها وممارساتها، فقد تخرج المرأة فيه محجبة، لكن حجابها يعتبر في نفسه زينة، أو واضعة للأصياغ على وجهها بما يلفت النظر، ويحرك الغرائز؛ وحاجتهم: ضرب المثل للمترجمات بأن الدين الإسلامي يحافظ على أناقة المرأة حتى بعد حجابها، رغم أن الدين الإسلامي واضح بتعاليمه، وليس بحاجة لمثل هذه الحجج الواهية.

المطلب الثاني

ضوابط الرسالة

الرسالة: هي مادة ثقافية، أو علمية، أو دينية، أو إخبارية، أو غير ذلك، اختارها المرسل للتعبير عن أهدافه؛ وهذا يمكن اعتبارها بأنها النتاج الفعلي المادي للوسيلة الإعلامية، سواءً كانت كتابةً، أو رسمًا، أو حديثًا، أو برنامجًا⁽¹⁾.

والرسالة ما هي إلا حوار يهدف للتأثير على الجمهور المتلقى لها، وجمعهم على مبادئ وقيم خالدة، حيث قال تعالى: (وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَخَلْقُ الْجِنِّينَ وَالْجِنَّاتِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَذِيَّاتٍ لِّلْعَالَمِينَ) (الروم: 22).

فهذه الآية جاءت لتقرير مبادئ في علاقة المسلمين بغيرهم، منها: مبدأ الاعتراف بالآخرين، مبدأ الحوار وأهميته، مبدأ استشراف المستقبل في ظل علاقات إنسانية سامية⁽²⁾.

وحتى تحقق الرسالة أثرها، كان لا بد من وجود مجموعة من المعايير والضوابط، منها:

أولاً: تحديد المصطلحات وتسمية الأشياء بسمياتها

وهذا ما أطلق عليه العلماء اسم (تحrir محل النزاع)، وتحديد المفاهيم والمصطلحات⁽³⁾، فالإعلام رسالة تستخدم العديد من المصطلحات والعبارات؛ ولكي تصل الرسالة واضحةً، وتحقق أثراً، كان لا بد لها من الوضوح في مصطلحاتها المستخدمة، وهذا على العكس مما هو متتحقق في معظم وسائل الإعلام، التي يعاني العاملون فيها من خلل في اللغة العربية، من ناحية استخدام المصطلحات والتفريق بين معانيها⁽⁴⁾، فينبغي عليها أن تطلق الأسماء على مسمياتها الدقيقة، من خلال تحديد المفاهيم والمصطلحات التي ينبغي إطلاقها، بل والتي ينبغي استعمالها دون غيرها، إذ إن تحديد المصطلحات يؤدي إلى تقارب المسافات بين المرسل والجمهور المتلقى، ويساعد من حدوث النزاعات العديدة التي قد تكون نتيجةً لخلاف لفظي ليس إلا.

⁽¹⁾ انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 79).

⁽²⁾ انظر: فقه الحوار في ضوء السنة النبوية - أ.د. أحمد عبده عوض - (ص: 8).

⁽³⁾ انظر: مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشور - (ص: 73)، الحوار أصوله وضوابطه وأثره في الدعوة الإسلامية - أ. يوسف فرحات - (ص: 24).

⁽⁴⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: أزمة اللغة العربية في الإعلام والإعلان وعلاجها - أ. عبد الحفيظ نصار - (ص: 1726) - ذو الحجة 1407هـ / أغسطس 1987م.

وقد كان القرآن الكريم دقيقاً في إطلاق الأسماء على مسمياتها، دقيقاً في تحديد المصطلحات، ومن ذلك قوله تعالى: (وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ & أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِنْ لَا يَشْعُرُونَ & وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ أَمِنَ النَّاسُ قَالُوا أَنَّمَّا كَمَا آمَنَ السُّفَهَاءُ أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ السُّفَهَاءُ وَلَكِنْ لَا يَعْلَمُونَ) (البقرة: 11 - 13).

"(قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ)" يعني: أن صفة المصلحين خلصت لنا، وتم خضت من غير شائبة قادح فيها وجه من وجوه الفساد...، (أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِنْ لَا يَشْعُرُونَ)...، وقد ردَ الله ما ادعوه من الانتظام في جملة المصلحين أبلغ رد، وأدله على سخط عظيم⁽¹⁾.
إذن، فإن اختلاف الناس في الرأي، لم يكن "إلا وليد الاختلاف في تحديد مفاهيم الأشياء، ومدلول الكلمات والمصطلحات"⁽²⁾.

وتحت هذا الضابط، يندرج: تصحيح المسميات الخاطئة، حيث يقول تعالى مرشدًا المسلمين: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انْفُرُنَا وَاسْمَعُوا وَلِكَافِرِنَ عَذَابَ أَلِيمٍ) (البقرة: 104).
كما يقول تعالى: (وَمَا كَانَ صَلَاتُهُمْ عِنْدَ الْبَيْتِ إِلَّا مُكَاءَ وَتَصْدِيَةً فَذُوقُوا الْعَذَابَ بِمَا كُنْتُمْ تَكْفُرُونَ) (الأنفال: 35).

"كانوا يقيمون التصفيق والصفير مقام الدعاء والتسبيح، فجعلوا ذلك صلاة، وإن لم يكن في حكم الشرع صلاة"⁽³⁾.

ومن ذلك قوله تعالى أيضًا: (وَلَا تَحْسِبَنَّ الَّذِينَ قُتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْوَاتًا بَلْ أَحْيَاءٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ يُرْزَقُونَ) (آل عمران: 169)، وقوله: (وَمِنْهُمُ الَّذِينَ يُؤْذِنُونَ النَّبِيَّ وَيَقُولُونَ هُوَ أَذْنُنَا قُلْ أَذْنُنَّ خَيْرٍ لَكُمْ...) (التوبه: 61).

ومن هذا الضابط أيضاً، يتفرع ضابط آخر، هو: الدقة في استعمال المصطلحات والألفاظ⁽⁴⁾، وقد ظهر ذلك واضحاً في مواضع عديدة في القرآن الكريم، منها ما جاء في موقف بني إسرائيل عندما طلبو من نبيهم موسى أن يستنقى لهم، حيث جاء التعبير عن الحدث منوعاً، فمرة قال تعالى: (...فَانْجَرَتْ مِنْهُ اثْنَتَانِ عَشْرَةَ عَيْنًا...) (البقرة: 60)، وفي آية أخرى قال: (...فَانْبَجَسَتْ مِنْهُ اثْنَتَانِ عَشْرَةَ عَيْنًا...) (الأعراف: 160)، والانفجار بالماء أقوى وأغزر ماء من الانبعاث، فخالف بين المفردتين مع أن الموضوع واحد، لماذا؟.

⁽¹⁾ مدارك التنزيل وحقائق التأويل - النسفي - 25/1.

⁽²⁾ أدب الحوار في الإسلام - د. محمد سيد طنطاوي - (ص: 54).

⁽³⁾ النكت والعيون - الماوردي - 315/2.

⁽⁴⁾ انظر: مقال: أخلاقيات الإعلام الإسلامي - د. صباح عبد الوهاب - www.basaernews.i8.com/13/study.htm

بالتدقيق في الآيتين، يلاحظ القارئ أن ذلك لم يحدث دون أسباب اقتضت ذلك، وإنما لأمر بلامي، فكلا الأمرين حصل، فقد انفجرت العيون أو لاً بالماء الكثير كما قيل ثم قل بمعاصيهم فأخذ ينبع، فجاء التعبير الانفجار والتعبير بالانبعاث؛ تبعاً لما يقتضيه السياق.

ولكي ندخل في مزيد من التفصيل فلنقرأ قوله تعالى: (وَإِذْ أَسْتَسْقَى مُوسَى لِقَوْمِهِ فَقُلْنَا اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ فَانفَجَرَتْ مِنْهُ أَشْتَنَا عَشَرَةَ عَيْنًا قَدْ عَلِمَ كُلُّ أَنَّاسٍ مَّشْرِبَهُمْ كُلُّهُمْ كَلَّا وَأَشْرَبُوا مِنْ رُزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعْثُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ) (البقرة: 60).

وقوله تعالى: (وَقَطَعْنَا هُمُّ أَشْتَنَى عَشَرَةَ أَسْبَاطًا أُمَّمًا وَأَوْحَيْنَا إِلَى مُوسَى إِذْ أَسْتَسْقَاهُ قَوْمُهُ أَنْ اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ فَانبَجَسَتْ مِنْهُ أَشْتَنَا عَشَرَةَ عَيْنًا قَدْ عَلِمَ كُلُّ أَنَّاسٍ مَّشْرِبَهُمْ وَظَلَّنَا عَلَيْهِمُ الْغَمَامَ وَأَنْزَلْنَا عَلَيْهِمُ الْمَنَّ وَالسَّلَوَى كُلُّوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَمَا ظَلَمْنَاكُمْ وَلَكُمْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلَمُونَ) (الأعراف: 160).

والملحوظ:

(1) أن الاستسقاء في سورة البقرة جاء من موسى لقومه، بينما في الأعراف الاستسقاء جاء بطلب من قومه.

(2) في سورة البقرة كان بالقول المباشر من رب العالمين بينما في الأعراف كان بمحض.

(3) السياق في سورة البقرة يدل على أن القوم كانوا في فترة استقامة؛ لأن الطلب منهم لا يعنوا في الأرض فساداً، وهذا معروف في طبعهم المتقلب، أما في الأعراف فالسياق يدل على أنهم فعلوا في حالة انحراف؛ لأن الله - سبحانه - خاطبهم أنه لم يظلمهم شيئاً ولكن أنفسهم يظلمون.

لهذا الاختلاف جاء الانفجار بما يتاسب معه وهو قوة اندفاع الماء غزيراً، وجاء الانبعاث في السياق الآخر بقلة في انسياط الماء لما حصل من تجاوزات من القوم⁽¹⁾. وإن المتابع لوسائل الإعلام، يجد أن بعضها يهتم بتحديد المصطلحات، من خلال إعداد قاموس يطلق عليه (قاموس الإذاعة)، يكون ملزاً لكافة العاملين فيها، بحيث يتعرض من يخالفه للعقاب.

كما يلاحظ أيضاً، أن بعض وسائل الإعلام قد تستعمل مصطلحاً يختلف عن الأخرى في النطق، لكنهما يدلان على نفس المعنى، مثلاً: نرى قناة الجزيرة والعربية وغيرهما تستعملان مصطلح (إسرائيل، الجيش الإسرائيلي، المستوطنون... إلخ)، في حين نجد قناة المنار والعالم وغيرها تستعمل مصطلح (الكيان الصهيوني، قوات الاحتلال أو الجيش الصهيوني، المغتصبون... إلخ)؛ وكل المصطلحين يدلان على نفس الشيء.

⁽¹⁾ انظر: بلاغة الكلمة في القرآن الكريم - أ.د. فضل السامرائي - (ص: 113).

ثانياً: التزام طرق الإقناع الصحيحة

ويقوم هذا الضابط على القاعدة المعروفة لدى المسلمين، وهي: "إن كنت ناقلاً فالصححة، أو مدعياً فالدليل"⁽¹⁾، فالمعلومات إما أن تكون أخباراً، أو دعوى، فالخبر يتم التأكيد منه من خلال النسبة إلى مصدره، أما الدعوى فتحتاج إلى الدلائل والبراهين.

وبعبارة أخرى، فإن هذا الضابط يقوم على أمرين، هما: "تقديم الأدلة المثبتة أو المرجحة للأمور المدعى بها، إثبات صحة النقل للأمور المنقولة المروية"⁽²⁾.

و حول هذا الضابط، جاءت العديد من الآيات القرآنية، الحاثة على إقامة الحجة والدليل على صدق الرسالة، فقال تعالى: (أَمْ أَتَخَذُوا مِنْ دُونِهِ آلهَةً قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ هَذَا ذِكْرٌ مِّنْ مَّعِيٍّ وَذِكْرٌ مِّنْ قَبْلِي بَلْ أَكْثُرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ الْحَقَّ فَهُمْ مُّعْرَضُونَ) (الأبياء: 24).

ويأتي التزام طرق الإقناع الصحيحة، من خلال التسلح بالأدلة والبراهين، والاقتران بالأدلة والشواهد، حيث يقول تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ & الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بُنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الظُّرُورَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ & إِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِّمَّا نَزَّلْنَا عَلَى عَبْدِنَا فَأَتُوا بِسُورَةٍ مِّنْ مِثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ) (البقرة: 21 - 23)، وفي هذه الآيات، دعوة لعبادة المولى سبحانه، واقتربت تلك الدعوة بمجموعة من الأدلة والبراهين، في الأرض والسماءات وما فيهن.

وقد جاء الأمر الرباني في آيات عدة، بوجوب تقديم الأدلة، والحجج والبراهين، الدالة على صدق الدعوى، فقال تعالى: (سَيَقُولُ الَّذِينَ أَشْرَكُوا لَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا أَشْرَكَنَا وَلَا أَبَاوْنَا وَلَا حَرَمْنَا مِنْ شَيْءٍ كَذَلِكَ كَذَبَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ حَتَّىٰ ذَاقُوا بِأَسْنَانِ قُلْ هُلْ عِنْدَكُمْ مِنْ عِلْمٍ فَتُخْرِجُوهُ لَنَا إِنْ تَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنُّ وَإِنْ أَنْتُمْ إِلَّا تَخْرُصُونَ) (الأنعام: 148).

"(قُلْ هُلْ عِنْدَكُمْ مِنْ عِلْمٍ)" أي: هل من أمر معلوم يصح الاحتجاج به على ما زعمتم؟ "(فَتُخْرِجُوهُ لَنَا)" أي: فتظهرونوه لنا على أتم وجه؟، والاستفهام للتعجب والتوبیخ؛ ولذلك عقب تعالى عليه ببيان حالهم، فقال: (إِنْ تَتَّبِعُونَ) أي: ما تتبعون في ذلك (إِلَّا الظَّنُّ) الباطل الذي لا يغني من الحق شيئاً⁽³⁾.

وفي القرآن الكريم آيات ومواقف عديدة، حيث على وجوب اقتران الحجة بالدليل والبرهان، مما يصعب حصره وعرضه في هذه العجاله.

⁽¹⁾ كبرى اليقينيات الكونية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 34).

⁽²⁾ مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشور - (ص: 82).

⁽³⁾ المقتطف من عيون التفاسير - مصطفى الخيري المنصوري - 182/2.

ثالثاً: عرض الموضوع بكافة جوانبه

وبعبارة أخرى، عرض الموضوع بصورة المقابلة، وهذا كان واضحاً وجلياً في كتاب الله، فما من موطن يرد فيه الحديث عن النار، إلا وقول بحديث عن الجنة، وما من آيات تحدث عن المؤمنين وصفاتهم، إلا تلتها آيات تتحدث عن الكافرين وصفاتهم، فكان يعرض الصورة، والصورة المقابلة لها.

وعلى الرسائل الإعلامية حين تعرض موضوعاً متعدد الجوانب، أن تذكر هذه الجوانب المقابلة؛ لعرض الصورة الكاملة للمشاهد أو السامع أو القارئ، فيتمكن من فهم الموضوع بصورة صحيحة.

وتحت هذا الضابط، نذكر على سبيل المثال لا الحصر، قوله تعالى: (قُلْ هَلْ تَنْبَئُمْ
بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا & الَّذِينَ ضَلَّ سَعْيُهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسِبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ
صُنْعًا & أُولَئِكَ الَّذِينَ كَفَرُوا بِآيَاتِ رَبِّهِمْ وَلِقَائِهِ فَجَبَطَتْ أَعْمَالُهُمْ فَلَا تُقْيِيمُ لَهُمْ يَوْمُ الْقِيَامَةِ وَرُزْنَا &
ذَلِكَ جَرَاؤُهُمْ جَهَنَّمُ بِمَا كَفَرُوا
وَاتَّخَذُوا آيَاتِي وَرَسُلِي هُرُوا & إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ كَانَتْ لَهُمْ جَنَّاتُ الْفِرْدَوسِ
نُزُلا & خَالِدِينَ فِيهَا لَا يَبْغُونَ عَنْهَا حِوْلَا) (الكهف: 103 - 108).

حيث تمضي هذه الآيات في وعيد الكافرين، وتقرير المبطلين، ...، ثم وضع إلى جانب هذه الصورة صورة أخرى مقابلة لها، هي حالة المؤمنين الذين آمنوا وعملوا الصالحات⁽¹⁾.

رابعاً: القول الحسن المتصرف بالرفق واللين مع اليسر والسهولة

الرسالة الإعلامية لا بد أن تتسم بالرفق واللين، كما ينبغي أن تتصرف باليسر والسهولة، فهما أمران هامان لا بد من توافرهما؛ لتحقيق الرسالة أثرها المطلوب منها.

وقد تكرر الأمر بهذا في آيات عديدة، حيث قال تعالى: (... وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ...) (البقرة: 83)، فيما أوضح في موضع آخر ما يتربّط على الغلظة من النتائج والأثر، فقال تعالى: (فِيمَا رَحْمَةٌ مِّنَ اللَّهِ لِنَتَّلَهُ وَلَوْكُنْتَ فَظًا غَلِيلًا قُلْبٌ لَّا نَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ...) (آل عمران: 159).

ومن أعجب الموارد التي جاء فيها الأمر بالرفق، قوله تعالى: (إِذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَفَى & قَوْلَا لَهُ قَوْلًا لَّمْ يَتَذَكَّرْ أَوْ يَخْشَى) (طه: 43، 44).

فقد أرسل الله - تعالى - موسى إلى فرعون؛ ليرشده ويوجهه إلى طريق الصواب، وعلمه "العبارة التي تتضمن القول اللين، فقال له كما جاء في سورة النازعات (إِذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَفَى & قَلْهَ لَكَ إِلَى أَنْ تَرَكَى & وَاهْدِيَكَ إِلَى رَبِّكَ فَتَخْشَى) (النازعات: 17 - 19)،

⁽¹⁾ القصص الهدف كما نراه في سورة الكهف - محمد محمد المدنى - (ص: 244)، وانظر: شذرات من تفسير سورة الكهف - الشيخ عبد الكريم الكلوت - (ص: 55 - 59).

عبارة فيها غاية الرفق واللين، فمع بيان الله ع عن فرعون بأنه طغى، لم يأذن في دعوته إلى دين الله بأن يخاطب بجفاء وغلظة وعنف؛ لما في هذا من التنفير⁽¹⁾.
ففي هذه الآية، بيان لفائدة من القول لللين، إذ من شأنه "أن يكسر حدة الغضب، وأن يوقف القلب للتذكر، وأن يحمله على الخشية من سوء عاقبة الكفر والطغيان"⁽²⁾.
فإذا كان "فرعون في غاية العتو والاستكبار وموسى صفوه الله من خلقه...، أمر أن لا يخاطب فرعون إلا بالملائفة واللين"⁽³⁾، فمن باب أولى أن يكون الرفق واللين هو المتبوع مع الجمهور المتنافي للرسالة الإعلامية.

ويأتي الرفق واللين في الرسالة من خلال العبارات المستخدمة فيها، ومنها: (المناداة بأحب الأسماء أو الألقاب، أحترم وجهة نظرك، كنت سعيداً بالحوار مع شخص مثلك، ...)⁽⁴⁾.
ومع الرفق واللين يتحقق اليسر والسهولة، فقد قال تعالى: (فَإِنَّمَا يَسِّرُنَا هُدًىٰ بِلِسَانِكَ لِتُبَشِّرَ بِهِ الْمُتَّقِينَ وَتُنذِرَ بِهِ قَوْمًا لَّدَّا) (مريم: 97)، وقال: (وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهُلْ مِنْ مُّدَكِّرٍ) (القمر: 17).
أي: هذا القرآن الذي كذب به المشركون سهلنا قراءته عليك، إذ أنزلناه بلسانك، لتبشر به المتقين من عبادنا المؤمنين...، وتذر به قوماً لداً وهم كفار قريش، وكانوا أداء أشداء في الجدل والخصومة...، بيان كون القرآن ميسراً أن نزل بلغة النبي ﷺ من أجل البشارة لأهل الإيمان والعمل الصالح، والذارة لأهل الشرك والمعاصي⁽⁵⁾.
كما قال تعالى أيضاً: (... وَإِنَّا أَوْ إِيَّاكَمْ لَعَلَى هُدًىٰ أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ) (سبأ: 24).
وفي هذه الآية "ملائفة وتنزل في المجادلة إلى غاية الإنصاف، كقولك: الله يعلم أن أحدهنا على حق وأن الآخر على باطل، ولا تعين بالتصريح أحدهما"⁽⁶⁾.

وفي ذلك يروي أنس بن مالك t عن النبي ﷺ: (يسروا ولا تعسروا، وبشروا ولا تنفروا)⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ فقه الدعوة إلى الله - عبد الرحمن حبنكة الميداني - 364/2.

⁽²⁾ القصة في القرآن الكريم - د. محمد سيد طنطاوي - 360/1.

⁽³⁾ تفسير القرآن العظيم - ابن كثير - 158/3.

⁽⁴⁾ انظر: كيف تحاور - طارق بن علي الحبيب - (ص: 70 - 96).

⁽⁵⁾ أيسر النفاسير - الجزائرى - 336/3.

⁽⁶⁾ التسهيل لعلوم التنزيل - الكلبي - 206/2.

⁽⁷⁾ أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب العلم - باب ما كان النبي يتخلو لهم بالموعظة كي لا ينفروا - (حديث: 69) - 38/1 - واللفظ له، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الجهاد والسير - باب في الأمر بالتسهير وترك التنفير - (الحديث: 1734) - (ص: 689).

خامساً: تجنب التحريف والسلامة من التناقض

فمن الضوابط التي ينبغي أن تتصرف بها الرسالة الإعلامية ألا تكون محرفة؛ لأن من شأنها إيصال الحق للناس، فإذا كانت محرفة، فقد ذهب معها الحق وضاع، وفي ذلك يقول تعالى: (فَمَنْ بَدَّلَهُ بَعْدَمَا سَمِعَهُ فَإِنَّمَا إِثْمُهُ عَلَى الَّذِينَ يُبَدِّلُونَهُ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلَيْهِمْ) (البقرة: 181). كما ينبغي ألا تكون الرسالة الإعلامية متناقضة؛ لأن هذا يشتت الجمهور المتلقى، فيصعب عليه التصديق واستيعاب الموضوع بتناقضاته، وقد ضرب القرآن الكريم أمثلةً على التناقض، وذمها، ومن ذلك قوله تعالى: (وَفِي مُوسَى إِذْ أَرْسَلْنَاهُ إِلَى فِرْعَوْنَ بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ & فَتَوَلَّ بِرُكْنِهِ وَقَالَ سَاحِرٌ أَوْ مَجْنُونٌ) (الذاريات: 38، 39)، وقوله أيضاً: (وَإِنْ يَرَوْا آيَةً يُعْرِضُوا وَيَقُولُوا سِحْرٌ مُّسْتَمِرٌ) (القمر: 2).

ففي الموضع الأول تناقض في رسالة فرعون بوصفه لموسى بالجنون وال술 حيراً، فال술 يتطلب من الذكاء والبديهة الحاضرة السريعة مالا يتحقق في الجنون، وفي الموضع الثاني، تناقض في وصفهم السحر بالاستمرارية؛ لأن من شأن السحر ألا يكون مستمراً، والعكس صحيح⁽¹⁾.

سادساً: وحدة الموضوع والتسلسل الفكري

ما ينبغي توافره في الرسالة الإعلامية، الوحدة في الأفكار التي تحملها، سواءً أكانت ضمن برنامج، أم أخباراً، أم غيرها.

وتتأكد هذه الوحدة الموضوعية، من خلال تناقض الصور مع الكلام المعروض في الوسائل الإعلامية المرئية.

ويعتبر هذا ضابطاً هاماً للرسالة الإعلامية، إذ إن أي خلل في الوحدة الموضوعية، أو انقطاع في تسلسل الأفكار، يؤدي إلى خلل في فهم المتلقى.

وقد كان القرآن الكريم خير مثال على الوحدة الموضوعية وتسلسل الأفكار، سواءً على نطاق القرآن الكريم كله، حيث باتت سوره كلها كالعقد الفريد المنظم؛ لتحقيق الهدایة بمفهومها الواسع، في العقائد، والسلوك، والاجتماع، إضافةً إلى وحدته في إعجازه، حتى يبدو كأنه كلمة إعجاز أو كلمة هداية⁽²⁾.

وكذلك وحدته على نطاق سوره وموضوعاته، ففي كل سورة تتحقق الوحدة الموضوعية، فسورة البقرة مثلاً على طولها، ونزلتها متفرقةً على مدار تسعة سنوات، كانت في

⁽¹⁾ انظر: مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشور - (ص: 83).

⁽²⁾ انظر: مباحث في التفسير الموضوعي نظريةً وتطبيقاً - د. عبد السلام اللوح ود. عبد الكريم الدهشان - (ص: 19).

فمة التلام و الترابط، حيث بدأت بمقدمة عرفت بالقرآن، وكونه كتاب هداية، ثم بینت أن هدایته تتمثل في دعوة الناس كافة للإسلام، ثم التركيز على دعوة أهل الكتاب، وهذه الدعوة من خلال عرض تعاليم الدين وتشريعاته، وبيان الوازع والباعث على ملازمة هذه الشرائع ممثلاً في التقوى، ليكون الخاتم ببيان صفات من آمنوا واستجابوا، وبيان ما يرجى لهم في دنياهم وأخراهم⁽¹⁾.

سابعاً: البعد عن التعميم

من الأخطاء الشائعة في الرسائل الإعلامية قضية التعميم، فإذا حدث أمر ما، جعلته وكأنه حدث أو حكم عام، من قبيل التهويل والتضخيم؛ سعياً لزيادة الإقبال وعدد المشاهدين أو المستمعين أو القارئين.

لكن القرآن الكريم كان يدعو للبعد عن ذلك، وأن لكل نفس ما كسبت وما جنت، فلا يعاقب أحد مثلاً بذنب اقترفه غيره، قال تعالى: (...وَلَا تَزِرُوا زَرْهُ وَرَأْخُرَهُ...) (الإسراء: 15). أي: لا تتحمل نفس آثمة نفسٍ أخرى، بل على كل نفس إثتمها دون إثم غيرها، أو لا يحمل أحد ذنب أحد، ولا يجني جانٍ إلا على نفسه، ...، وتقرير مبدأ المسؤولية الشخصية من مفاخر الإسلام ومبادئه⁽²⁾.

ثامناً: تنسيق الحوادث وترك التفصيات

ينبغي على الرسالة الإعلامية أن تكون بأسلوب وصفي جيد، بعيد عن الاستطراد الم الممل، أو الاختصار المخل.

ذلك أن الاستطراد يؤدي إلى الانحراف عن الموضوع الأصلي للموضوع، والتوجه إلى جزئيات وفرعيات قد لا تسمن ولا تغنى من جوع، وتؤدي إلى ضياع وقت المحاور وجهده. وهذا الاستطراد، يأتي من خلال ما يسمى (الأسئلة المتشعبة أو المتولدة) التي تتج خلال الحوار، فينبغي على المحاور ألا ينساق وراءها تاركاً التفاصيل والأسئلة المحورية الهامة. وفي القرآن الكريم ضرب للأمثلة على تجنب الاستطراد والتفاصيل التي لا فائدة منها، ومثال ذلك في قوله تعالى: (وَجَاءَتْ سَيَّارَةٌ فَأَرْسَلُوا وَارِدِهِمْ فَأَدَلَى دَلْوَهُ قَالَ يَا بُشْرِي هَذَا غُلَامٌ وَأَسْرُوهُ بِضَاعَةً وَاللَّهُ عَلَيْهِ بِمَا يَعْمَلُونَ) (يوسف: 15).

ففي هذه الآية ترك التفاصيل لا أهمية لها، حيث جاء في سياق الآية بعد أن أدلى الوارد دلوه أن قال (يَا بُشْرِي)، وترك ما بينهما من أحداث ليست ذات فائدة كبيرة، وتقهم من السياق،

⁽¹⁾ انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 58).

⁽²⁾ التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ. د. وهبة الزحيلي - 35/15.

وهي: (ثم رفع الدلو، فوجد فيه غلاماً، فقال: يا بشرى)، وهذا ما ينبغي أن تلتزم به الرسالة الإعلامية.

تاسعاً: التدرج والبدء بالأهم

تتعدد الموضوعات التي ينبغي طرحها وعرضها من خلال الرسالة الإعلامية، لذا، فإن من الواجب النظر إلى هذه الموضوعات، وترتيبها بناءً على أهميتها، فتعطى الأولوية للأهم، ثم الأقل أهمية، وهكذا.

وقد ضرب لنا القرآن الكريم أروع الأمثلة على التدرج والبدء بالأهم، سواءً من طريق نزوله، كما في قوله تعالى: (وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْلَا نُزِّلَ عَلَيْهِ الْقُرْآنُ جُمْلَةً وَاحِدَةً كَذَلِكَ لِتُثَبِّتَ بِهِ فُؤَادُكُمْ وَرَتَنَاهُ تَرْتِيلًا) (الفرقان: 32).

فالحكمة والفائدة من نزوله مفرقاً منجماً، هي:

- (1) ثبيت قلب النبي ﷺ والمؤمنين بشرعية الله، والعون على حفظ القرآن وفهمه وتطبيق أحكامه بنحو دقيق وشامل.
- (2) دفع الحرج عن المكلفين بتكييفهم بأحكام كثيرة مرة واحدة.
- (3) مراعاة مبدأ التدرج في التشريع.
- (4) معالجة الواقع والطوارئ والأحداث، وإجابة الأسئلة بما هو الأنسب والأوفق⁽¹⁾.

أو من خلال بعض النماذج التي عرضها، والتي منها قوله تعالى: (يَا صَاحِبَيِ السَّجْنِ أَرَيْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ & مَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِهِ إِلَّا أَسْمَاءٌ سَمَّيْتُمُوهَا أَنْتُمْ وَآبَاؤُكُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ بِهَا مِنْ سُلْطَانٍ إِنَّ الْحُكْمَ إِلَّا لِلَّهِ أَمْرًا لَا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (يوسف: 39، 40).

ففي هذه الآيات، بيان لما قام به يوسف ﷺ من البدء بالأهم والتدرج، حيث كان السؤال أصلاً عن تأويل الرؤيا التي رأها أصحابه في السجن، لكنه قبل أن يفسرها لهم، تحدث لهم عن العبودية وتوحيد الخالق سبحانه، وأوضح لهم أن ما هم عليه ما هو إلا اتباع للآباء، ثم انتقل بعدها إلى تفسير رؤاهم.

وهذا ما ينبغي مراعاته لدى وسائل الإعلام، من خلال التدرج فيما تقدمه وتعرضه؛ لتحقق الاستجابة والأثر المرجو منها.

⁽¹⁾ انظر: التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 58/19

عاشرًا: الصدق وعدم المبالغة في القسم

إذ ينبغي على الرسالة الإعلامية الالتزام بالصدق في الخبر، والصياغة، والحكم، والمقصد، وهو ما تم الحديث عنه سابقاً لدى الحديث عن خصائص الإعلام الإسلامي⁽¹⁾، كما ينبغي ألا تعتمد بكثرة على القسم في عرضها للموضوعات؛ فكثرة القسم قد تترتب عليها مضار أكثر من منافعها، حيث قال تعالى: (وَلَا تَتَخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا بَيْنَكُمْ فَتَرَزَّلُ قَدْمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا وَتَذُوقُوا السُّوءَ بِمَا صَدَّدْتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (النحل: 94)⁽²⁾.

حادي عشر: تنوع الأساليب المستخدمة

لم يأت القرآن الكريم بأسلوب واحد، أو على نمط واحد، بل جاء بأساليب عديدة، وأنماط متعددة، فحقق أثراً كبيراً، واستجابةً بالغةً في نفوس الجميع. فتارةً نجده قد ضرب الأمثل، وتارةً أخرى استخدم القصة، وفي مواضع أخرى استخدم الحوار والمناظرة، وغيرها من الأساليب.

وهكذا ينبغي أن تكون الرسالة الإعلامية، أساليبها متعددة متعددة، حيث قال تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...) (النحل: 125).

ففي هذه الآية، أمر إلهي للنبي ﷺ بدعوة أمته إلى الإسلام، من خلال أساليب عديدة، منها الحكمة، "أي بالمقالة المحكمة الصحيحة، قيل: وهي الحجج القطعية المفيدة لليقين، (والموعظة الحسنة) وهي المقالة المشتملة على الموعظة الحسنة التي يستحسنها السامع، وتكون في نفسها حسنة باعتبار انتفاع السامع بها، قيل: وهي الحجج الطنية الإقناعية الموجبة للتصديق بمقومات مقبولة، قيل وليس للدعوة إلا هاتان الطريقتان، ولكن الداعي قد يحتاج مع الخصم الأد إلى استعمال المعارضة والمناقشة ونحو ذلك من الجدل، ولهذا قال سبحانه: (وَجَادِلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ)" أي بالطريق التي هي أحسن طرق المجادلة، وإنما أمر سبحانه بالمجادلة الحسنة لكون الداعي محقاً وغرضه صحيح، وكان خصميه مبطلاً وغرضه فاسداً⁽³⁾.

وفي الفصل القادم بإذن الله ﷺ سيأتي بيان لهذه الأساليب، وتنوعها في القرآن الكريم.

⁽¹⁾ انظر: الفصل الأول - المبحث الأول - المطلب الثالث - (ص: 44).

⁽²⁾ انظر: الفصل التمهيدي - المبحث الثالث - (ص: 26).

⁽³⁾ فتح القدير - الشوكاني - 203/3.

المطلب الثالث

ضوابط الوسيلة

تنوعت وسائل الإعلام وتعددت، ما بين وسائل بصرية: كالصحف، والمجلات، والمطبوعات، أو وسائل سمعية: كالخطابة، والإذاعة، والتسجيلات، أو وسائل سمعية بصرية: كالسينما، والتلفاز، والمؤتمرات، وغيرها⁽¹⁾.

وأيًّا كان نوع هذه الوسائل، فهي قائمة لتحقيق أهداف معينة، وإيصال رسائل من خلالها، حتى تقوم بدورها المطلوب، كان لا بد من التزامها بمجموعة من الضوابط، من بينها:
أولاً: أن تكون الحكمة من عملها واضحة محددة

أولاً: أن تكون الحكمة من عملها واضحة محددة

وسائل الإعلام ينبغي أن يكون هدفها بيان الحق وعرضه للجمهور؛ إذ إنهم شهداء على الناس، كما ينبغي أن تكون وسيلة دعوية لنشر الخير، ونشر القيم الهدافة، (وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِعِظَمِهِمْ أُولَئِيَّاءِ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقْبِلُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطْبِعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيِّرْ حَمْمَهُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (التوبه: 71)، إضافةً إلى العمل على تصحيح ما في المجتمع من الأخطاء والانحرافات.

وسائل الإعلام ينبغي أن يكون غرضها الهدایة والتقویم، (وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ إِلَّا لِتُبَيِّنَ لِهِمُ الَّذِي اخْتَلَفُوا فِيهِ وَهُدِيٌ وَرَحْمَةٌ لِقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ) (النحل : 84).

والهدى يعني: "بيان الطريق الواضح للغاية النافعة، والطريق لا يكون واضحاً إلا إذا خلا من الصعاب والعقبات، وخلا أيضاً من المخالف، فهو طريق واضح مأمون سهل، وأيضاً يكون قصيراً يوصلك إلى غايتك من أقصر الطرق" (2).

كما أن وسائل الإعلام ينبغي أن تكون باسم الشافي للمجتمع من كافة عللها وأمراضه،
ونذل من القرآن ما هو شفاء ودحمة للمؤمنين... (الإسراء: 82).

فوسائلِ الإعلام ينبغي عليها أن تسعى لإصلاح أوضاع المجتمع وعلمه، بإرشاده إلى الصواب من خلال ما جاء في القرآن الكريم من طرق الشفاء والعلاج؛ كي لا يقع في نفس أخطائه وأمراضه، والشفاء يتحقق من خلال معالجة أمورنا وفق منهج الله وحكمه، أما الرحمة فلتكون بمنع عودة الداء مجدداً، وبالتالي تتحقق الوقاية التي تقتل الداء من أصله فلا يعود⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية - د. محمد محمود مهدلي - (ص: 105)، وسائل الاتصال السياحي، - د. نعيم الظاهري و د. عبد الحاير تيم - (ص: 51).

⁽²⁾ تفسير الشعراء - محمد متولى الشعري - 8037/13

(3) انظر: المراجع السابقة.

سر. سرچن سبیں

"وكذلك الحال في علاج المجتمع، فقد جاء القرآن الكريم وفي العالم فساد كبير، وداءات متعددة، لابد لها من منهج لشفاء هذه الاءات، ثم نعطيها مناعات تمنع عودة هذه الاءات مرة أخرى".⁽¹⁾

فإذا وضعت وسائل الإعلام نصب عينها ما تزيد تحقيقه، وسعت له بالطرق والوسائل المباحة، تكون قد حفقت الحكمة من عملها، والإباحة في ذاتها.

ثانياً: عدم الانحراف عن الحق

تتعدد الطرق أمام وسائل الإعلام للوصول إلى أهدافها، وهذه الطرق إما أن تكون مستقيمةً، أو طرقةً ملتويةً بعيدة عن الصواب، يلجأ إليها بعضهم بحجة أن الغاية تبرر الوسيلة، فالهدف يبرر الطريقة المتبعة لتحقيقه.

ولكن وسائل الإعلام الإسلامية لا بد لها من التزام الحق وعدم الانحراف عنه، والبحث عن أفضل الطرق للتواصل مع الجمهور، حيث يقول تعالى: (وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَتَّخِذُ مِنْ دُونَ اللَّهِ أَنَادِاً يُحِبُّونَهُمْ كَحْبَ اللَّهِ وَالَّذِينَ آمَنُوا أَشَدُ حُبَّاً لِلَّهِ وَلَوْيَرَى الَّذِينَ ظَلَمُوا إِذْ يَرُونَ الْعَذَابَ أَنَّ الْقُوَّةَ لِلَّهِ جَمِيعًا وَأَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعَذَابِ) (البقرة: 165).

فقد أوضحت الآية السابقة أن بعض الأفراد قد ينحرفون عن الحق لأجل مظاهر دنيوية لا اعتبار ولا قيمة لها، بل إنها تؤدي ب أصحابها إلى العذاب المقيم يوم القيمة، "ومع هذا فإن هناك من لا ينظر ولا يتعقل...، من الناس من يتخذ من دون الله أنداداً...، وهم في كل عهد من عهود الجاهلية أشياء أو أشخاص أو شارات أو اعتبارات...، والذين آمنوا أشد حباً لله...، أشد حباً لله من كل حب يتوجهون به إلى سواه، والتعبير هنا بالحب تعبر جميل، فوق أنه تعبر صادق، فالصلة بين المؤمن الحق وبين الله هي صلة الحب، صلة الوشيعة القلبية، والتجاذب الروحي، صلة المودة والقربى، صلة الوجدان المشدود بعاطفة الحب المشرق الودود".⁽²⁾

ثالثاً: الرقابة الدائمة على أعضائها

قال تعالى: (وَتَفَقَّدَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِي لَا أَرَى الْهُدُدَ أَمْ كَانَ مِنَ الْغَائِبِينَ & لَأُعَذِّبَنِهُ عَذَابًا شَدِيدًا أَوْ لَأُذْبَحَنِهُ أَوْ لِيَاتِنِي بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ & فَمَكَثَ غَيْرُ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطَّتُ بِمَا لَمْ تُحْطِبْ بِهِ وَجَئْتُكَ مِنْ سَبِيلٍ يَقِينٍ & إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيتَ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ & وَجَدْتُهَا وَقَوْمَهَا يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَالَهُمْ قَصْدَهُمْ عَنِ السَّبِيلِ فَهُمْ لَا يَهْتَدُونَ & أَلَا يَسْجُدُوا لِلَّهِ الَّذِي يُخْرِجُ الْخَبَاءَ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَيَعْلَمُ مَا تُخْفُونَ وَمَا تُعْلَنُونَ & اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ رَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ & قَالَ سَنَنْظُرُ أَصَدَّقَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ) (النمل: 20 - 27).

⁽¹⁾ تفسير الشعراوي - محمد متولي الشعراوي - 8039/13.

⁽²⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 153/2.

في هذه المجموعة من الآيات، يمثل سليمان **الوسيلة الإعلامية**، بينما يمثل الهدى **الإعلامي التابع لهذه الوسيلة**.

ومن خلال الآيات، يتضح مدى الرقابة التي مارستها الوسيلة على أعضائها، من خلال أمرين:

(1) متابعة أحوال العاملين، ومدى التزامهم بالأعمال المنوطه بهم، وحضورهم وغيابهم، وقد يتضح هذا من متابعة سليمان للهدى، ولاحظته لغيباه.

(2) فرض الرقابة على المعلومات التي يجلبها الأعضاء للوسيلة، فلم يعتمد مباشرةً ما سمعه من الهدى عن بلقيس، وإنما قال له: (...**سَنَنْظُرُ أَصْدَقَتْ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ**).

وفي هذه الحادثة، ما يشير إلى وجوب وجود الرقابة الدائمة من الوسيلة على أعضائها، وعلى ما يبث فيها، شريطةً ألا تكون هذه الرقابة مخلةً بالموضوعية والمصداقية، كما هو الحال في بعض الفضائيات التي يخضع كل ما يبث فيه إلى رقابة الرئاسة والحكومة؛ وبالتالي فإن من الطبيعي أن يكون كل ما يعرض مدحًا وتمجيدًا في الرئيس وحكومته، وإن كانوا لا يستحقون.

رابعاً: الانطلاق المتفق عليه والرجوع للمصادر الأصيلة عند الخلاف

أمر طبيعي أن يوجد الاختلاف بين البشر، لكن المهم ألا يؤدي الاختلاف إلى التنازع والفرقة، بل ينبغي على وسائل الإعلام في حال الاختلاف أن تبحث عن الأمور المتفق عليها فتطلق منها ⁽¹⁾، حيث يقول تعالى: **(وَلَا تُجَادُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالْتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنْزِلَ إِلَيْنَا وَأُنْزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ)** (العنكبوت: 46).

ففي الآية السابقة، كان الحديث عن الخلاف بين المسلمين وبين أهل الكتاب، لكن الانطلاق في الرسالة كان مشروطاً بأن يكون بالحسنى، وأن يكون من النقاط المتفق عليها، وهذا بين في قوله تعالى: **(وَأُنْزِلَ إِلَيْكُمْ)**، فالعنابة بمواضع الاتفاق، يؤدي إلى تصعيق هوة النزاع بين المختلفين، وتقريب المسافات فيما بينهم.

كما ينبغي في حال الاختلاف أن تلتزم وسائل الإعلام بمجموعة من المعايير، منها:

(1) عدم تجاوز الحد، أو اللجوء للسخرية والاستهزاء والاستفزاز للمخالف.

(2) الالتزام بالضوابط والقيم، وعدم اتباع الهوى أو التعصب ضد الطرف الآخر.

(3) الرجوع إلى الأصول المعتمدة لتحكيم الخلاف، **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَئِكُمْ مَنْ كُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمَ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا)** (النساء: 59) ⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: مقال: **الحوار بالآية هي أحسن** - د. يوسف القرضاوي - www.balagh.com/mosoa/tableg/ws1czjie.htm

⁽²⁾ انظر: **فقه الحوار في ضوء السنة النبوية** - أ.د. أحمد عبده عوض - (ص: 84).

ففي الآية السابقة، أمرٌ من الله ع "بأن كل شيء تنازع الناس فيه، من أصول الدين وفروعه، أن يرد التنازع في ذلك إلى الكتاب والسنة...، فما حكم به كتاب الله وسنة رسوله فهو الحق، وماذا بعد الحق إلا الضلال".⁽¹⁾

ومما يعين على تجاوز هذه المرحلة، العلم بما ذهب إليه الأصوليون من إمكانية تعدد الصواب في مسألة واحدة، إضافة إلى أن الخلاف كان رحمةً بالأمة، حيث أظهر مجموعةً من المذاهب الفقهية؛ كانت للتيسير والتحفيف على الأمة، فليس الخلاف مذموماً دوماً، والمهم أن الخلاف في الرأي لا يفسد للود قضية.⁽²⁾

خامساً: العدل والإنصاف

ويتحقق العدل والإنصاف من خلال الابتعاد عن التعصب والتحزب الأعمى، الذي يضل أصحابه عن الحق والصواب.

وقد جاء الأمر بالعدل والإنصاف في القرآن في مواضع عديدة، منها: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءِ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَى أَنَّا تَعْدِلُوا إِذَا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ) (المائدة: 8).

ففي هذه الآية أمر بالعدل مع الكفار رغم شدة البغض لهم؛ لأن العدل أقرب الطرق لتقوى الله، وفي هذه الآية "تبنيه عظيم على أن وجوب العدل مع الكفار الذين هم أعداء الله إذا كان بهذه الصفة، مما الظن بوجوبه مع المؤمنين الذين هم أولياؤه وأحبابه".⁽³⁾

سادساً: تهيئة الظروف المناسبة:

ويقصد بالظروف المناسبة: (المكان، الزمان، الجو، الحالة النفسية، الموضوع)⁽⁴⁾. فعلى سبيل المثال: من حيث المكان والزمان: ينبغي اختيار الوقت الملائم، ومناسبته لأحوال الناس، بعيداً عن الأماكن العامة، التي قد تتصف بالفوضى والغوغائية، والتعطيل على الحق، ومن حيث الموضوع: فيجب أن يكون ضمن اهتمامات المتكلمين، وأن يكون المرسل على قدر من الثقافة والإلمام به.

ورغم أن بعض الوسائل قد تبذل جهدها في التهيئة، إلا أن "اختيار الظرف المناسب يظل أمراً يحتاج إلى مران، ومنزلاً قلًّا من ينجو منه".⁽⁵⁾

⁽¹⁾ عمدة النكال عن الحافظ ابن كثير - أحمد محمد شاكر - 209/1.

⁽²⁾ انظر: الصحة الإسلامية بين الاختلاف المشروع والتفرق المذموم - د. يوسف القرضاوي - (ص: 71، 90).

⁽³⁾ السراج المنير - الخطيب الشربini - 359/1.

⁽⁴⁾ انظر: السهل الممتنع مهارات التفاوض وفنون الحوار والإقناع - د. علي الحمادي - (ص: 71).

⁽⁵⁾ كيف تحاور - طارق بن علي الحبيب - (ص: 18).

وقد كان القرآن الكريم خير مثال على التهيئة المناسبة، من حيث نزوله مفرقاً، حيث كان يراعي أحوال المخاطبين، والزمان والمكان المناسبين للنزول، وهكذا؛ فتحقق له الانتشار والبقاء.

سابعاً: الثقة بالفكر الذي تحمله

كل وسيلة إعلامية تحمل رسالة وفكرةً تعمل على نشره وإيصاله، وكيف يمكن من تحقيق ذلك، ونشر أفكارها، ينبغي عليها الثقة بهذا الفكر؛ لأن ثقتها تؤدي لقناعتها به، وبالتالي قدرتها على إقناع الآخرين به.

أما عدم الثقة، فإنه يؤدي إلى نتائج سلبية، منها عدم القدرة على الصمود في حالات المواجهة والنقاش⁽¹⁾.

وهذا ما كان المشركون يعانون منه أثناء نزول القرآن الكريم، فهم مقتلون بصدق القرآن وصحته، وغير واثقين في فكرهم الذي يحملون، مما جعلهم يضعون أمام المواجهة، ولم يعد في جعبتهم إلا أن قالوا: (... لَا تَسْمَعُوا هَذَا الْقُرْآنَ وَالْغَوَافِيْهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ) (فصلت: 26).

ثامناً: إيصال الرسالة على أكمل وجه، والبعد عن الإكراه

ينبغي على الوسائل الإعلامية أن تعمل على إيصال رسالتها على الوجه الأكمل، من خلال الدقة والأمانة في النقل، وهذا يتتحقق من خلال وجود الرقابة، وهو ما تحدثنا عنه سابقاً. ويتحقق ذلك أيضاً من خلال بعد التعصب أو التقليد الأعمى، فالمتعصب "أشبه بأمرئ يعيش وحده في بيت المرايا، لا يرى فيها غير شخصه أينما ذهب يمنةً أو يسرةً، وكذلك المتعصب لا يرى رغم كثرة الآراء غير رأيه"⁽²⁾.

ويترفع من هذا الضابط: **البعد عن الإكراه**؛ لأنه قد يحقق نتائج مؤقتة، لكن أضراره أكثر من منافعه⁽³⁾، فالفائدة الأكبر تتحقق من خلال الاقتناع، ولهذا قال تعالى: (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشُدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَن يَكْفُرُ بِالظَّاغُوتِ وَيُؤْمِنُ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَى لَا انْفَصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلَيْهِ) (البقرة: 256)، كما قال أيضاً: (وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَا مَنْ مَنْ فِي الْأَرْضِ كُلُّهُمْ جَمِيعًا أَفَإِنَّ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّى يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ) (يونس: 99).

ومن الحقائق المسلمة، أنه "كلما كانت الدعوة التي يدعى إليها إنسان ما، لا تعقيد فيها ولا تكلف..."، كانت مقبولةً مستساغة، وليس في حاجة إلى حمل الناس عليها، وكلما كانت

⁽¹⁾ انظر: مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشر - (ص: 75).

⁽²⁾ الصحوة الإسلامية بين الاختلاف الم مشروع والتفرق المذموم - د. يوسف القرضاوي - (ص: 121).

⁽³⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: أزمة اللغة العربية في الإعلام والإعلان وعلاجهما - أ. عبد الحفيظ نصار - (ص: 1726) - ذو الحجة 1407هـ / أغسطس 1987م.

معقدةً ملتويةً متناقضة، كانت منفحةً للناس؛ لأنها لا تتناسب عقولهم، ولا تتفق مع مصلحتهم، ولا تسابر أهدافهم الصحيحة في حياتهم⁽¹⁾.

تاسعاً: الشورى والتعاون مع الغير

جاء الدين الإسلامي، ونصَّ على مجموعة من المبادئ التي ينبغي الالتزام بها، ومن ضمنها الشورى، فقال تعالى: (فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ) (آل عمران: 159)، وقال أيضاً: (وَالَّذِينَ اسْتَحْجَبُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ) (الشورى: 38).

"ولم تكن الشورى، وأمر النبي ﷺ بها، وهو الذي يتنزل عليه الوحي؛ إلا تعليماً لهذه الأمة، وإعلاناً بأن في تحقيق مبدأ الشورى من الفضل والخير، ما يؤمن معه العثار، ويحفظ الأمة من الزلل، كما أنه شيمة العقلاء، فما ندم من استشار، وما شقي عبد بشورة، وما سعد باستغناء رأي"⁽²⁾.

وتأتي الشورى من خلال التعاون مع الغير، فالشورى بحاجة لمشاورة ومناقشة الآخرين؛ للوصول إلى رأي مشترك، وهذا يتحقق من خلال التعاون المشترك، وكما أبرز القرآن الكريم أهمية الشورى وأمر بها، جاء فيه ما يدل على التعاون مع الآخرين، وأن الجميع لا بد أن يكون قوةً فاعلةً متحركة، فقال تعالى: (وَاجْعَلْ لِي وَزِيرًا مِّنْ أَهْلِي & هَارُونَ أَخِي & اشْدُدْ بِهِ أَزْرِي & وَأَشْرِكْهُ فِي أَمْرِي & كَيْ نُسْبِحَكَ كَثِيرًا & وَنَذْكُرَكَ كَثِيرًا & إِنَّكَ كُنْتَ بِنَا بَصِيرًا) (طه: 29 - 35).

فقد طلب موسى لـ الله من ربه أن يعينه ويمده بأخيه هارون، فقال: "أسألك أن تقوى به ظهري، وأن تجعله شريكاً لي في تبليغ رسالتك؛ حتى نؤديها على الوجه الأكمل، وكأن موسى لـ الله قد علم من نفسه حدة الطبع، وسرعة الانفعال، فالاتجأ إلى ربه؛ كي يعينه بأخيه هارون؛ ليقوى به، ويتشاور معه في الأمر الجليل الذي هو مقدم عليه"⁽³⁾.

وقد كان الحث في مواضع متعددة على وجوب تحرك الجميع، وألا يقفوا ساكتين متقرجين، بل أن يعاون بعضهم بعضاً في سبيل نصرة الحق، وهذا واضح من قوله تعالى: (...فَاعِينُونِي بِقُوَّةٍ أَجْعَلْ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ رَدْمًا) (الكهف: 95)، أي: تحركوا، ولا تقفوا مشاهدين سلبيين"⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ الثقافة الإسلامية - د. عبد الملك عودة وآخرون - (ص: 332).

⁽²⁾ مجلة الأزهر - مقال: أهمية الكلمة في الإعلام الإسلامي - أ.د. أحمد عبده عوض - (ص: 1549) - شوال 1421هـ / يناير 2001م.

⁽³⁾ القصة في القرآن الكريم - د. محمد سيد طنطاوي - 358/1.

⁽⁴⁾ خواطر قرآنية - أ. عمرو خالد - (ص: 157).

المطلب الرابع

ضوابط المتنقي

المتنقي: هو الشخص أو الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية، فهو يتلقى الرسالة الإعلامية، ويربط بينها وبين الواقع، وهو باختصار الهدف الذي تسعى الوسيلة الإعلامية والقائمون عليها إلى التأثير فيه⁽¹⁾.

وكي تقوم الوسيلة الإعلامية بتحقيق أهدافها المرجوة، والتأثير على المتنقي، كان لا بد من توافر مجموعة من الضوابط في هذا الجمهور، وهي:

أولاً: اتباع الحق والإعراض عن المنكر وأهله

تسعى وسائل الإعلام كلها للتأثير على الجمهور المتنقي، فيجد نفسه أمام كم هائل من هذه القنوات الفضائية، والمحطات الأرضية، والإذاعية، كل واحدة منها لها خصائصها، وسياساتها، وأسلوبها في الجذب.

وأمام هذا العدد الضخم من وسائل الإعلام، كان لا بد للمتنقي من أن يشعر بالمسؤولية الكبيرة على ما يتلقاه ويعرض له، وهذه المسؤولية تتعلق في المتابعة أولاً، ثم الاختبار والانتقاء ثانياً، حيث قال تعالى: (وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولاً) (الإسراء: 36).

فهذه الآية تحتمل وجهين: أحدهما: أن يكون الإنسان هو المسئول عن السمع والبصر والفؤاد؛ لأنه يعمل بها في الطاعة والمعصية.

الثاني: أن السمع والبصر والفؤاد تُسأل عن الإنسان؛ ليكونوا شهوداً عليه وله، بما فعل من طاعة، وما ارتكب من معصية⁽²⁾.

فكلا هذين الأمرين فيهما مسؤولية، ولا ترى الباحثة مانعاً من اجتماعهما معاً، وليس الاحتمال لأحدهما، ففي الدنيا على المرء أن يكون مسؤولاً عن تصرفاته، واستخدامه لحواسه، وفي الآخرة، يحاسب المرء على ما اقترف، فتطرق حواسه شاهدة عليه؛ لقوله تعالى: (وَيَوْمَ يُحْشَرُ أَعْدَاءُ اللَّهِ إِلَى النَّارِ فَهُمْ يُوزَعُونَ & حَتَّى إِذَا مَا جَاءُوهَا شَهَدَ عَلَيْهِمْ سَمْعُهُمْ وَبَصَارُهُمْ وَجُلُودُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ & قَالُوا لِجُلُودِهِمْ لَمَ شَهَدْتُمْ عَلَيْنَا قَالُوا أَنْطَقَنَا اللَّهُ الَّذِي أَنْطَقَ كُلَّ شَيْءٍ وَهُوَ خَلَقُكُمْ أَوَّلَ مَرَّةٍ إِلَيْهِ

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د.محبي الدين عبد الحليم - (ص:56).

⁽²⁾ النكت والعيون - الماوردي - 243/3.

تُرْجَعُونَ & وَمَا كُنْتُمْ تَسْتَرُونَ أَن يَشَهِدَ عَلَيْكُمْ سَمْعُكُمْ وَلَا أَبْصَارُكُمْ وَلَا جُلُودُكُمْ وَلَكِنْ ظَنَّنْتُمْ أَنَّ اللَّهَ لَا يَعْلَمُ كَثِيرًا مِمَّا تَعْمَلُونَ) (فصلت: 19 - 22).

وهذه المسئولية، بعد عملية الانتقاء، نقع في الاختيار، فيجب على المتنقي أن يتبع الحق، وأن يعرض عن الجاهلين من أصحاب وسائل الإعلام المضلة، وهذا ما أمر به تعالى صراحة حين قال: (وَقَدْ نَزَّلَ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ أَنْ إِذَا سَمِعْتُمْ آيَاتِ اللَّهِ يُكَفِّرُ بِهَا وَيُسْتَهْرِرُ بِهَا فَلَا تَقْعُدُوا مَعْهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ إِنَّكُمْ إِذَا مُشْتَهِمْ إِنَّ اللَّهَ جَامِعُ الْمُنَافِقِينَ وَالْكَافِرِينَ فِي جَهَنَّمَ جَمِيعًا) (النساء: 140). كما قال أيضاً: (وَإِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخُوضُونَ فِي آيَاتِنَا فَاعْرِضْ عَنْهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ وَإِمَّا يُنْسِينَكَ الشَّيْطَانُ فَلَا تَقْعُدْ بَعْدَ الذِّكْرِ مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ) (آل عمران: 68).

فهنا جاء الأمر الإلهي بمنابذتهم، والقيام عن المستهزيئين والمضللين، "ليتأذوا بذلك، ويدعوا الخوض والاستهزاء" ⁽¹⁾.

ومقابل الإعراض عن المضللين، لا بد من اتباع الحق والصواب، حيث قال تعالى: (... قُلْ إِنَّمَا أَتَتْنَاكُمْ مَا يُوحَى إِلَيْيَ مِنْ رَبِّي هَذَا بَصَائِرٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَهُدَى وَرَحْمَةٌ لِقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ) (الأعراف: 203).

ثانياً: قبول المعروف والتعاطي معه بإيجابية

ويترفع هذا الضابط عن سابقه، ويعني: التزام الحق وتطبيقه، ومناصرة أهله، فكثيراً ما نجد من يؤمن بخطأ وضلال بعض وسائل الإعلام، ويؤمن بصواب بعضها الآخر، لكنه لا يتأثر بما تعرضه تلك الوسائل، ولا تجد طريقها إلى قلبه.

وقد جاء القرآن الكريم داعياً لهذا التعامل الإيجابي، وحاثاً عليه، حيث قال تعالى: (قُلْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ قُلِ اللَّهُ يَهْدِي لِلْحَقِّ أَفَمَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ أَحَقُّ أَنْ يَتَّبِعَ أَمَّنْ لَا يَهْدِي إِلَى أَنْ يُهْدَى فَمَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ) (يوسف: 35).

فالخاتمة بقوله تعالى: (... فَمَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ)، فيها تهكم بهم، حيث جعلوا آلهةً مع الله سبحانه، بعد ظهور الحجج والبراهين على أنه وحده المستحق للعبادة، "فَلَأَيِّ شيء جعلت مع الله آلهة؟، فالجواب: أن هذا من تزيين الشيطان للإنسان، أقبح البهتان، وأضل الضلال، حتى اعتقاد ذلك وألفه، وظنه حقاً، وهو لا شيء" ⁽²⁾.

⁽¹⁾ المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز - ابن عطية الأندلسي - 72/6.

⁽²⁾ تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 625/1.

ثالثاً: عدم الانخداع بكل ما يقدم

كثيراً ما ينخدع الناس وراء المظاهر البراقة الخادعة، فيجذبهم إليه، رغم صيحات تنuali بتحذيرهم وإرشادهم، فليس كل ما يلمع ذهباً، ولكن لا حياة لمن تنادي. وهكذا الحال في وسائل الإعلام، فال ihtacher وحدها لا تُعد كافية للتاثير، فكثيراً ما نرى وسائل إعلام برّاقة، وأسماء لمّاعة، لكنها وللأسف الشديد ممن يدس السم في العسل، وللأسف الأشد فإنها تجذب وتخدع الكثير.

وقد كان النهج القرآني في التحذير من أمثال هؤلاء، والدعوة لأخذ الحيطه والحذر، وإن كان التثبت واجباً في حق وسائل الإعلام والقائمين عليها، فهو كذلك في حق الجمهور المتلقى. قال تعالى: (وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يُعَجِّبُكَ قَوْلُهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشَهِّدُ اللَّهَ عَلَىٰ مَا فِي قَلْبِهِ وَهُوَ أَنَّهُ أَخْسَاهُمْ ۖ وَإِذَا تَوَلَّ مِنْ سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهَلِّكَ الْحَرثَ وَالنَّسْلَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفَسَادَ ۖ وَإِذَا قِيلَ لَهُ أَتَقِنَّ اللَّهَ أَخْذَتْهُ الْعِزَّةُ بِالْأَيْمَنِ فَحَسِبَهُ جَهَنَّمُ وَلِئِنْسَ الْمَهَادُ) (البقرة: 204 - 206).

حضر القرآن الكريم في الآيات السابقة من نوع من الناس، يغتر الآخرون بظاهره، وهو يبطن لهم العداوة، ويسعى للفساد، "يحاول أن يخدع الناس بحلو لسانه، ويضلهم بقدرة بيانه، فيه طبع ملازم له، وهو شدة الخصومة...، وفي هذه الآية الكريمة بيان الغاية التي تغيّرها من يريد أن يخدع الناس، فهو يخدعهم ليتمكن لأهوائه وشهواته، وإذا تمكن الأهواء والشهوات واندفع الشخص في اجتراعها...، سرى الفساد في جسم الأمة كما يسرى الداء العضال في جسم المريض، وبذلك يهلك الحرج والنسل...، وهلاكهما كنـية عن الخراب العام، والضيق الشديد، والفساد المستحكم، وضياع المصالح".⁽¹⁾.

رابعاً: الانتقاء والاختيار من بين ما تعرضه وسائل الإعلام

يقول تعالى: (الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقُولَ فَيَتَبَعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمُ أُولُو الْأَلْبَابِ) (الزمر: 18).

لما كانت وسائل الإعلام الإسلامية لا تثبت إلا ما يتوافق وتعاليم الدين الإسلامي، فليست مندرجة معنا تحت هذا الضابط، حيث إن المقصود هنا انتقاء و اختيار الجمهور من بين ما تعرضه وسائل الإعلام العادية⁽²⁾، فقد تعرض برامج وثقافية ثقافية طبية اجتماعية مفيدة، وقد تعرض مسلسلات وبرامج ترفيهية مفاسدها أكثر من منافعها، والمتألقى هنا تقع على عاته عملية الانتقاء الجيد؛ حتى يكون من (يَسْتَمِعُونَ الْقُولَ فَيَتَبَعُونَ أَحْسَنَهُ).

⁽¹⁾ زهرة التفاسير - محمد أبو زهرة - 641/1.

⁽²⁾ انظر: الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي (رسالة ماجستير) - إيمان محمد بركة - (ص: 10).

فقد أراد الله - سبحانه - من الناس ومن خلال هذه الآية أن يكونوا "نقاداً في الدين، يميزون بين الحسن والحسن، والفضل والأفضل...، أو يستمعون الحديث مع القوم رغم ما فيه من محسن ومساوٍ، فيحدث بأحسن ما سمع، ويكتف عن سواه" ⁽¹⁾.

خامساً: عدم تهويل المعلومات المتلقاة

يسعى بعض الجمهور بعد تلقي المعلومات عبر وسائل الإعلام، أو حتى بعد سماعها من غيرهم إلى إذاعتها ونشرها بين الآخرين، ولكنهم لا ينشروها كما سمعوها، بل يقومون بالزيادة والإضافة فيها؛ كي يتم تهويل الرسالة؛ ظناً منهم أن ذلك يدعو إلى إقبال الأصدقاء والأهل عليهم، وبمضي روحًا جيدة في المجالس والتجمعات.

ولما كان القرآن الكريم منزلاً من لدن حكيم خبير، يعلم طباع الناس وتصرفاتهم، جاء التحذير من هذا التهويل في مواضع عديدة بكتاب الله، كان من بينها قوله تعالى: (وَاقِمُوا الْوَرْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ) (الرحمن: 9)، وقال أيضاً: (لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلًا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْذَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْذَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرَسُلُهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ) (الحديد: 25).

فقد أوضح تعالى في الآيتين السابقتين أهمية القيام بالقسط والعدل، وأوضحت آية الحديد أن الرسل بُثُعوا بالدلائل والبراهين، والذي ينبغي على الناس بعد تلقيهم الحق، أن يقوموا بالعدل، "والقسط هو إجراء أمور الناس على ما يقتضيه الحق، فهو عدل عام بحيث يقدر صاحب الحق منازعاً لمن قد احتوى على حقه...، والباء للملابسة، أي يكون أمر الناس ملابساً للعدل ومماشياً للحق" ⁽²⁾.

سادساً: تجنب التعصب الأعمى

أمر بدهي أن يتتعصب بعض الأفراد لما تنشره وسيلة إعلامية معينة؛ نتيجة لانتسابه حزبي، أو فكري، أو ديني، أو ما شابه، تعصباً يعيدهم عن الحق، ويضلهم عن الصواب، (وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ أَتَبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَبِعُ مَا أَفْيَنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوْ لَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَيْئاً وَلَا يَهْتَدُونَ) (البقرة: 170).

ولما كانت مضار التعصب أكثر من محسنه، جاء الأمر الإلهي بالنهي عنه، ووجوب أن تكون جميع وسائل الإعلام أمام المتألق سواسيةً، لا تفريق فيما بينها، وهذا طبعاً حين تتوافق مع أمور دينه، ومصالح دنياه، لا أن يساوي بين وسيلة إعلامية محققة، وبين أخرى مضللة.

⁽¹⁾ الأساس في التفسير - سعيد حوى - 4865/9.

⁽²⁾ التحرير والتنوير - ابن عاشور - 416/27.

فقد قال تعالى: (قُولُوا آمَنَّا بِاللَّهِ وَمَا أَنْزَلَ إِلَيْنَا وَمَا أَنْزَلَ إِلَى إِبْرَاهِيمَ وَاسْمَاعِيلَ وَاسْحَاقَ وَيَعْقُوبَ وَالْأَسْبَاطِ وَمَا أُوتِيَ مُوسَى وَعِيسَى وَمَا أُوتِيَ النَّبِيُّونَ مِنْ رَبِّهِمْ لَا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِنْهُمْ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ) (الحديد: 25).

جاء الأمر الإلهي في الآية السابقة بوجوب اتباع جميع الأنبياء، والإيمان بما جاءوا به؛ لأنهم متقوون في الدعوة للتوحيد، فلا يجوز لأحد أن يؤمن بنبي أو رسول دون الإيمان بالآخر، أو بإنكار ما جاء به الآخر، فهذا لا ينتج إلا عن تعصب يعمي، وحقد يضل.

وخير مثال على ذلك: أهل الكتاب من اليهود والنصارى أيام بعثة النبي ﷺ، الذين كانوا يخرون كفار قريش بقرب ظهور النبي آخر الزمان، ولما لم يكن منهم، كانوا ضمن من عادوه وأذوه، وكفروا به، (وَلَمَّا جَاءَهُمْ كِتَابٌ مِّنْ عِنْدِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِمَا مَعَهُمْ وَكَانُوا مِنْ قَبْلِ يَسْتَفْتِحُونَ عَلَى الَّذِينَ كَفَرُوا فَلَمَّا جَاءَهُمْ مَا عَرَفُوا كَفَرُوا بِهِ فَلَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكَافِرِينَ & بِنَسْمَاءِ اشْتَرَوْا بِهِ أَنْفُسَهُمْ أَنْ يَكْفُرُوا بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ بِغَيْرِ أَنْ يَنْزِلَ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ عَلَى مَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ فَبَاءُوا بِغَضَبٍ عَلَى غَضَبٍ وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ مُّهِينٌ & إِذَا قِيلَ لَهُمْ أَمْنِيَا بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا تُؤْمِنُ بِمَا أَنْزَلَ عَلَيْنَا وَيَكْفُرُونَ بِمَا وَرَاءَهُ وَهُوَ الْحَقُّ مُصَدِّقٌ لِمَا مَعَهُمْ قُلْ فَلَمْ تَقْتُلُنَّ أَنْبِيَاءَ اللَّهِ مِنْ قَبْلٍ إِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ) (البقرة: 89 - 91).

فلا ينبغي إذن بالمسلم المتأني للرسائل الإعلامية، والمتابع للوسائل الإعلامية بمختلف أشكالها، أن يعميه تعصبه عن اتباع الحق، ولو كان هذا الحق في وسيلة إعلامية مخالفة لانتمائه الحزبي، أو السياسي، أو غيره، فالمهم هو الدين الإسلامي، (قُلْ إِنْ كَانَ أَبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَرْوَاحُكُمْ وَعَشِيرَاتُكُمْ وَأَمْوَالُ أَقْتَرَفْتُمُوهَا وَتَجَارَةً تَخْشُونَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنَ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجَهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبِّصُوا حَتَّىٰ يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ) (التوبه: 24).

ولكن التعصب لا يكون دائمًا مذموماً، بل تأتي له بعض المواطن التي يكون فيها واجباً محموداً، وذلك عندما يكون تعصباً لنصرة الدين والحق، ففي غزوة حنين مثلاً، كان النداء بالتحزب، فانقسموا إلى أنصار، ومهاجرين، وأهل السمرة، وحملة القرآن، وغيرهم كثير؛ لأن في تحزيهم نصرة للدين والإسلام، وهو ما تحقق بالنصر في نهاية المعركة⁽¹⁾، (لَقَدْ نَصَرَكُمُ اللَّهُ فِي مَوَاطِنَ كَثِيرَةٍ وَيَوْمَ حُنَيْنٍ إِذَا عَجَبْتُمُوهُ كَثُرْتُمُوهُ فَلَمْ تُفْزَعْ عَنْكُمْ شَيْئًا وَضَاقَتْ عَلَيْكُمُ الْأَرْضُ بِمَا رَحِبَّتْ ثُمَّ وَلَيَتَمْ مُدْبِرِينَ & ثُمَّ أَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَى رَسُولِهِ وَعَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَأَنْزَلَ جُنُودًا لَمْ تَرَوْهَا وَعَذَّبَ الَّذِينَ كَفَرُوا وَذَلِكَ جَزَاءُ الْكَافِرِينَ) (التوبه: 25).

⁽¹⁾ انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 285).

المبحث الثاني

الإعلام زمن السلم وضوابطه

? المطلب الأول:

حقيقة الإعلام زمن السلم

? المطلب الثاني:

أهداف الإعلام زمن السلم

? المطلب الثالث:

ضوابط الإعلام زمن السلم

المطلب الأول

حقيقة الإعلام زمن السلم

الإعلام زمن السلم، يعتبر من أهم أنواع الإعلام؛ إذ يشمل السلم عدة أمور، وقد يغفل البعض الحديث عن هذا النوع من الإعلام، فيقتصر على الإعلام عامّةً، أو الإعلام الحربي العسكري فقط.

وكي يتم الحديث عن الإعلام زمن السلم، فلا بد من وقفة تعريفية مع المقصود بالسلم، والإعلام، ثم المركب المكون منهما، إضافةً إلى الحديث عن الألفاظ التي تدرج تحت مفهوم السلم.

أولاً: تعريف الإعلام والسلم:

تعريف الإعلام:

تعرضت الباحثة لتعريف الإعلام لغةً واصطلاحاً، والمقصود بالإعلام الإسلامي، وذلك بعد عرض مجموعة من التعريفات، ثم التوصل بالتعاون مع المشرف، إلى أن المقصود بالإعلام الإسلامي:

تعظيم الاتصال الإيجابي؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي وأخباره في جميع الميادين، وعلى كافة المستويات، وبكافية الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المنشورة⁽¹⁾.

تعريف السلم:

تعريفه لغةً: السُّلْمُ: مشتق من الجذر الثلاثي {سِلَمٌ}، ويعني: المسلام والصلح، كما يعني الإسلام والسلام، والسلام، والسلام والسلام: جميعها بمعنى الصلح.

والسلامة: هي البراءة من العيوب، يقال: سلم من الآفة سلامةً، وسلمه الله منها تسليماً.
والتسليم: الرضا والسلام، وأسلم: بمعنى: انقاد، وصار مسلماً.

والسلام والسلامة: تطلق ويراد بها: التعرى من الآفات الظاهرة والباطنة، ومنها قوله تعالى: (إِلَّا مَنْ أَتَى اللَّهَ بِقُلْبٍ سَلِيمٍ) (الشعراء: 89)، أي: متعرٌّ من الدَّغَلِ، وهذا باطنًا، وقال تعالى: (... وَلَا تَسْقِي الْحَرَثَ مُسْلِمَةً لَا شَيْءَ فِيهَا ...) (البقرة: 71)، فهذا في الظاهر.

والسلام: اسم من أسماء الله تعالى؛ وصف به لأنه لا تلحقه العيوب والآفات التي تلحق الخلق.

⁽¹⁾ انظر: الفصل الأول - المبحث الأول - المطلب الأول - (ص: 32 - 39).

والإسلام مشتق من السلام، وهو في الشرع على نوعين: الإيمان وهو الاعتراف باللسان، والثاني الاعتقاد بالقلب، والوفاء بالفعل⁽¹⁾.

تعريفه اصطلاحاً: لا يبتعد تعريف السلم شرعاً أو اصطلاحاً عن تعريفه اللغوي، ولذلك قيل: "هو الصلح، أي: خلاف الحرب، أو: هو ترك الجهاد مع الكافرين بشرطه"⁽²⁾.
ثانياً: ألفاظ ذات صلة:

عند الحديث عن السلم، لا يمكن إغفال مجموعة من الألفاظ والمصطلحات المرتبطة به، وهي:

1) **الهدنة:** وتسمى المصالحة والمواعدة والمعاهدة، وتعني: مصالحة أهل الحرب على ترك القتال مدة معينة، بعوض أو غيره.

2) **الأمان:** ويعني عدم توقيع المكروه في المستقبل، أما في الشرع فيعني: رفع استباحة دم الحربي، وماليه، ورقه، حين قتلاه أو الغرم عليه، مع استقراره تحت حكم الإسلام مدة ما.

3) **الذمة:** وتعني العهد والأمان، وفهي: هي التزام تقرير الكفار في ديار المسلمين، وحمايتهم، ببذل الجزية.

4) **المعاهدة:** هي المعاقدة والمحالفة، والمعاهد: من كان بينه وبين المسلمين عهد.

5) **المواعدة:** المصالحة والمسالمة على ترك الحرب والأذى، وحقيقة المتركرة، بمعنى ترك كل واحد منها ما هو فيه⁽³⁾.

ثالثاً: تعريف الإعلام زمن السلم، أو الإعلام الإسلامي:

من خلال اطلاع الباحثة على ما وقع بين يديها من الكتب، لم تجد تعريفاً للإعلام زمن السلم، أو الإعلام الإسلامي، وبالتالي، فإنه ومن خلال المعطيات السابقة، يمكن القول أن الإعلام زمن السلم هو: تعميم الاتصال الإيجابي؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي، بكلفة الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المشروعة، في حالات المعاهدات والاتفاقات بين الدولة المسلمة والدول الأخرى.

⁽¹⁾ انظر: القاموس المحيط - الفيروز أبادي - 4/84، المفردات في غريب القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 208).

⁽²⁾ الموسوعة الفقهية - وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية الكويتية - 25/230.

⁽³⁾ انظر: سبل السلام شرح بلوغ المرام من جمع أدلة الأحكام - الصناعي - 4/88، القافية الإسلامية - د. رمضان الزيان وآخرون - (ص: 34)، الموسوعة الفقهية - وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية الكويتية - 25/230.

المطلب الثاني

أهداف الإعلام زمن السلم

حين يكون الحديث عن السلام، فلا عجب أن نجد أن الدين الإسلامي يسعى إلى تعميقه بين الناس، كيف لا؟، والإسلام لفظ مأخوذ من مادة السلام، وكلاهما يتفقان في معنى الطمأنينة، والسكينة، والأمن.

وإذا أردنا الحديث عن أهداف الإعلام زمن السلم، فإننا سنجد مجموعةً من الأهداف الهامة، منها:

(1) تحقيق عالمية الإسلام وتمثيل حقيقته: حيث إن الدين الإسلامي هو الرسالة الخاتمة، مما يقتضي عموميتها وعالميتها، وهذا لن يتحقق بالإكراه أو بحد السيف، بل من خلال السلام، وهذا هو الأصل في الدين الإسلامي، السلام وحضر الحرب، وحقن الدماء، وقد كانت سيرة النبي ﷺ خير مثال على ذلك، فالدين الإسلامي جاء سلاماً للناس كافة، فعلى الرغم من تعرض النبي ﷺ وصحابته للأذى من قريش، إلا أنه عفا وصفح عنهم يوم فتح مكة⁽¹⁾، متمثلاً قوله تعالى: (... وَإِنَّ السَّاعَةَ لَآتِيَةٌ فَاصْفَحُ الصَّفْحَ الْجَمِيلَ) (الحجر: 85).

(2) إنجاز مسئولية الدعوة على وجهها الأكمل: وهذا الهدف متربٍ على سابقه، فالعالمية تقتضي المسوؤلية على كل مسلم ومسلمة.

إن الإعلام هو الامتداد المعاصر للدعوة الإسلامية، لذا تقع عليه مسئولية الدعوة على الوجه الأكمل والأتم، من خلال إيصال الصورة الحقيقة للإسلام، وأنه دين السلام لا الحرب والقتل كما صوره أعداؤه، إذ إن الإعلام الغربي يتحدث عن نفسه، مصوراً ما فيه من قيم ومبادئ وأساليب حياة راقية، رغم ما يخفي هذا الظاهر من مظاهر الانحلال الأخلاقي، والفساد على كافة الأصعدة، في حين يعمل على تصوير الدين الإسلامي والمسلمين على أنهم القتلة الإرهابيون - بمفهومهم المغلوط عن الإرهاب -، والمسلمون

⁽¹⁾ انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 262)، دراسات في السيرة - د. طالب أبو شعر وآخرون - (ص: 437).

في غفلة عن ذلك ⁽¹⁾، لذا بات لزاماً عليهم أن يستيقظوا، ليرسموا الصورة الصحيحة عن الإسلام من خلال وسائل إعلام تستحق أن يطلق عليها لقب {الإعلام الإسلامي}.

فمن الواجب على كل مسلم ومسلمة أن يستشعر "أنه لا يعيش لذاته، وإنما يعيش للناس جميعاً، وعنده تحس الجماعة أنها لا تحيى لهذا الجيل، وإنما تحيى للبشرية قاطبة، وعنده يحس المسلمون أنهم أوصياء في الأرض، خلفاء الله" ⁽²⁾.

(3) تحقيق كرامة الإنسان كطريق للوحدة: يقول تعالى: (وَلَقَدْ كَرِمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ
وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا) (الإسراء: 70).

وهذا التكريم للإنسان على ما عاده من المخلوقات، يؤهله وحده ليكون خليفة الله في الأرض، وأن يقوم بالمهام الملقاة على عاتقه على أكمل وجه، "إن قدر الإنسان في نظر الإسلام رفيع، والمكانة المنشودة له تجعله سيداً في الأرض وفي السماء، ذلك أنه يحمل بين جنبيه نفخة من روح الله، وقبساً من نوره الأقدس، وهذا النسب السماوي هو الذي رشح الإنسان ليكون خليفةً عن الله في أرضه" ⁽³⁾.

وبما أن الناس جميعاً في التكريم سواء، فالافتراض بهم أن يكونوا يداً واحدة، وقبلاً واحداً، وأمةً واحدة، وأن يكونوا مجتمعين لا مفترقين، فالمقومات التي تجمعهم واحدة، تتمثل في وحدة الرب، والنسب، والخلفة، والمهام المقدرة لهم ⁽⁴⁾.

وحتى تتحقق هذه الوحدة، أرسى الإسلام مجموعةً من الدعائم، تتمثل في العدل، والرحمة، والمساواة، فلا شيء يميز الناس عن بعضهم سوى الإيمان والعمل الصالح، (...إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتُقَاتَّكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلَيْهِ خَيْرٌ) (الحجرات: 13).

(4) الدعوة للتسامح ونشر الحريات والفضائل: هناك فرق في الدين الإسلامي بين التسامح الم محمود، وبين المجاملة والنفاق، فالواجب على المسلمين أن يتحملوا عقائد غيرهم وإن كانت تخالفهم دون أن يقوموا بسبهم وإيذائهم، حيث يقول تعالى: (وَإِذَا سَمِعُوا الْغُوَارِضُوا
عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ) (القصص: 55).

ويرتبط التسامح بقضية الحريات، فعن طريق التسامح يظهر الحق من خلال حجمه وبراهينه القوية، لكن الإنسان لن يتمكن من عرض هذه الأفكار، ولن يتحقق له التسامح،

⁽¹⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 1 - حسن علي العنبيسي - (ص: 585) - ربيع الأول 1405هـ / ديسمبر 1984م.

⁽²⁾ السلام العالمي والإسلام - سيد قطب - (ص: 118).

⁽³⁾ حقوق الإنسان بين تعليم الإسلام وإعلان الأمم المتحدة - الشيخ محمد الغزالى - (ص: 11).

⁽⁴⁾ انظر: الإسلام عقيدة وشريعة - محمود شلتوت - (ص: 472).

إلا إن تَمَتَّ بحرىته على الوجه الأكمل، سواءً حرية النقل والتحرك، أو حرية التصرف، أو حرية الاعتقاد، أو حرية الرأي والتعبير، وغيرها الكثير، شريطة ألا تطبق الحرية بمفهومها المغلوط، الذي يؤدي إلى التخل من الضوابط واتباع الأهواء⁽¹⁾.

ولهذا، فإن تحقيق الإعلام للتسامح والحريات يأتي من خلال تمسكه بالفضائل، وتخليه وبعده عن الرذائل، إذ يعتبر التمسك بالفضائل من الأمور الواجبة في الدين الإسلامي.

ومن خلال الأمور السابقة، المتمثلة في التسامح، وتطبيق الحريات، ونشر الفضائل، يكسب المسلمون محبة وتأييد من حولهم، ولو بعد حين، فالله تعالى يقول: (وَلَا تَسْتُوِي الْحُسْنَةُ وَلَا السَّيْئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَانَهُ وَلِيٌ حَمِيمٌ) (فصلت: 34).

(5) **بث الأمان بين الناس وتأليف القلوب:** فقد شرع الدين الإسلامي طرح السلام؛ لإعطاء الأمان والطمأنينة، دون خوف من عقاب أو أذى، وحتى في مجال الحرب والقتال، متى ما نطق العربي بالسلام، وجب الكف عن قتاله⁽²⁾، وقد كان النبي ﷺ حريصاً من خلال موافقه المختلفة على نشر الإسلام دون قتل أو إراقة للدماء؛ لما في ذلك من توحيد القلوب وتاليفها، "لم يكن من السهل على قريش أن تقبل بمصيرها الذي آلت إليه، وهي سيدة العرب دون منازع؛ لأنها أعظمهم حضارةً، وأشدتهم بأساً، وأكثرهم مالاً، وفي بلدها البيت الحرام...، لو لم تُعامل هذه المعاملة السلمية التي لم تكن تتوقعها، وبذلك انقلب موقفها من أشد الناس عداوةً للإسلام إلى أحقرص الناس على رفع راية الإسلام"⁽³⁾.

وفي هذا نقرأ قول الله تعالى: (وَأَلَفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْأَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَنْفَقْتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلَفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (الأنفال: 63).

(6) **تقديم المثل الأعلى؛ لمنع وقوع الجرائم في المجتمعات:** وبالتالي الحفاظ على تحقيق الأمن والسلام، ذلك أن الصورة المرسومة في وسائل الإعلام للأسف، تصور المجرمين على أنهم أبطال، وتشير إلى ضعف رجال الأمن في استيفاء الحقوق وإرساء العدل، وبالتالي ينبغي على كل فرد أن يأخذ حقه بنفسه.

⁽¹⁾ انظر: التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سور حمن هدایات - (ص: 30).

⁽²⁾ انظر: فقه السنة - سيد سابق - 5/3.

⁽³⁾ دراسات في السيرة - د. طالب أبو شعر وآخرون - (ص: 467).

وهذا يؤدي لانتشار الجرائم والمنازعات⁽¹⁾، ولربما امتد الأمر إلى الأخذ بالثأر، وبالتالي اشتعال الفتنة والحرروب.

ولا سبيل لمنع مثل هذه الجرائم إلا من خلال قدوة يسير الإنسان على نهجها، وبالتالي فإن وسائل الإعلام مطالبة بتقديم القدوة الحسنة، والنموذج الجيد، وفي الدين الإسلامي كثير من هذه النماذج، وحسبنا قوله تعالى: (لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لَمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرُ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا) (الأحزاب: 21).

⁽¹⁾ انظر: دور الإعلام في زيادة وتيرة الانحراف الناتج عن العولمة والاختلاط والإنترنت - أ.د. محمد توهيل فايز عبد إسحاق - 292/2، دور الإعلام في انتشار الجرائم - د. نور الدين هنداوي -- 511/2 - بحوث مؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة الذي نظمته كلية الشريعة والقانون الإماراتية 6 - 8 مايو 2001م.

المطلب الثالث

ضوابط الإعلام زمن السلم

تعتبر فترة السلم من أكثر الفترات خطورةً، وترى الباحثة أنها قد تكون أخطر من فترة الحرب؛ ذلك أن وسائل الإعلام في فترة الحرب تكون مهتمةً بالرقبة، والحدر، وغيرها؛ نظراً لخطورة تلك المرحلة، بينما في فترة المعاهدات والسلم والاتفاقات، فقد تغفل بعض هذه الجوانب.

ولهذا، فإن هناك مجموعة من الضوابط، التي ينبغي أن تمتثلها وسائل الإعلام في فترة السلم والعهود، على النحو التالي:

أولاً: الحيطة والحدر

يعتبر هذا الضابط من أهم الضوابط في فترة السلم؛ إذ إن مجموعة من الأمور ينبغي مراعاتها خلال تلك الفترة؛ كي يتحقق الحذر والحيطة على أكمل وجه، وهذه الأمور تتمثل في:

- (1) التثبت من الأخبار: فعلى الرغم من تطور وسائل الاتصال، وتعدد الأجهزة والتقنيات للحصول على المعلومات، كالأقمار الصناعية، وأقمار التجسس، وغيرها، إلا أن الاعتماد الأساسي ما زال على الفرد، أو بمعنى آخر (المخبر الصحفي)⁽¹⁾.

لأجل هذا، كان لا بد من التثبت من كافة ما يصل لوسائل الإعلام من الأخبار والأنباء والمعلومات.

وخير دليل على ذلك، قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6).

بالرجوع إلى سبب نزول هذه الآية، نجد أنها نزلت في الوليد بن عقبة، حين أرسله النبي ﷺ لاستيفاء أموال الزكاة من الحارث بن ضرار الخزاعي، فعاد مخبراً لهم بأنهم منعوا الزكاة، وكان النبي ﷺ على وشك إرسال بعث لمقاتلة مانعي الزكاة، لولا قدوتهم ونفيهم لما قيل⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 6 - حسن علي العنبيسي - (ص: 910) - جمادى الآخرة 1406هـ/فبراير ومارس 1986م.

⁽²⁾ انظر: أسباب النزول - السيوطي -(ص: 379).

ففي هذه الآية، وجوب التثبت من الأخبار، والتحذير من مجرد الأقوال؛ منعاً للفتن وإشعال الحروب، وأخذنا بالحبيطة والحذر؛ كي لا يتم إيذاء الآخرين بخطأ فادح، ثم يأتي الندم على العجلة⁽¹⁾.

وبتطبيق ذلك على وسائل الإعلام، نلاحظ وللأسف أن معظم الصحف والإذاعات والفضائيات تستقي أنباءها من وكالات الأنباء الغربية، التي يسيطر عليها رأي المال الصهيوني ويوجهها، وما بين وكالات الأنباء هذه، لا توجد وكالة أنباء واحدة إسلامية عربية⁽²⁾.

(2) عدم موالة الكافرين: وذلك صوناً للشخصية المسلمة⁽³⁾، وفي هذا الصدد، وردت آيات عديدة في القرآن الكريم، من بينها قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بِطَانَةً مِّنْ دُونِكُمْ لَا يَأْلُونَكُمْ خَبَالًا وَدُوا مَا عَنْتُمْ قَدْ بَدَتِ الْبَعْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَا لَكُمُ الْآيَاتِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ) (آل عمران: 118)، وقوله: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا إِلَيْهِودَ وَالنَّصَارَى أَوْ لَيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْ لَيَاءَ بَعْضٍ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ) (المائدة: 51)، وقوله تعالى: (لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادِونَ مِنْ حَادَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَوْ كَانُوا آبَاءَهُمْ أَوْ أَبْنَاءَهُمْ أَوْ إِخْوَانَهُمْ أَوْ عَشِيرَتَهُمْ...) (المجادلة: 22).

وتحتحقق موالة المؤمنين للكافرين من خلال ثلاثة أوجه:

أولها: أن يكون راضياً بکفره، ويتولاه لأجله، وهذا ممنوع منه؛ لأن فيه رضا بکفره.

ثانيها: المعاشرة الجميلة في الدنيا بحسب الظاهر، وذلك غير ممنوع.

ثالثها: وهو متوسط بين القسمين الأولين، ويعني الركون إليهم ومعونتهم ومناصرتهم، إما بسبب القرابة أو المحبة، مع اعتقاد كفرهم، وهذا منهي عنه⁽⁴⁾.

(3) عدم الانخداع واتباع المضللين: يقول الله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السَّلَامِ كَافَةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ & فَإِنْ زَلَّتْ مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَتْكُمُ الْبَيِّنَاتُ فَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (البقرة: 208).

"السلم هنا بمعنى الإسلام...؛ لأن المؤمنين لم يؤمروا قط بالدخول في المسالمة التي هي الصلح، وإنما قيل للنبي ﷺ أن يجنب للسلم إذا جنحوا له، وأما أن يبتديء بها فلا...، قال الكسائي: السلم والسلام بمعنى واحد، وكذا هو عند أكثر البصريين، وهما جمیعاً يقعان

⁽¹⁾ انظر: التثبت والتبين في المنهج الإسلامي - د.أحمد محمد العليمي - (ص: 17).

⁽²⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 6 - حسن علي العنبيسي - (ص: 913) - جمادى الآخرة 1406هـ/ فبراير ومارس 1986م.

⁽³⁾ انظر: المرجع السابق - نفس الصفحة.

⁽⁴⁾ انظر: من توجيهات الإسلام - محمود شلتوت - (ص: 262).

لإسلام والمسالمة، وفرق أبو عمرو بن العلاء بينهما، فقرأها هنا: "السَّلَامُ" وقال هو الإسلام، وقرأ التي في الأنفال والتي في سورة محمد ٢ "السَّلَامُ" بفتح السين، وقال: هي بالفتح المسالمة، والسلم الصلح، يفتح ويكسر، ويذكر ويؤثر، وأصله من الاستسلام والانقياد، ولذلك قيل للصلح: سلم...، لا تسلكوا الطريق الذي يدعوكم إليه الشيطان؛ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ ظاهر العداوة"^(١).

ومن المعروف أن المضللين يسرون على خطى الشيطان ويتبعون طريقه ونهجه؛ لذا ينبغي الحذر منهم؛ لأن ما يسعون إليه يتناهى مع غرض الإعلام الإسلامي، ألا وهو إصلاح المجتمع^(٢).

4) عدم إذاعة كل ما يسمع حتى ولو كان صحيحاً: حيث يقول تعالى: (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنْ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْرُدُوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولَئِكَ الْأَمْرِ مِنْهُمْ تَعْلَمُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَتَبَعَّدُمُ الشَّيْطَانُ إِلَّا قَلِيلًا) (النساء: 83).

وفي هذه الآية، بيان من الله عز وجل، حيث يريد من هذه الأمة أن يكون لديها مناعة من الحرب النفسية، وضد حرب الإشاعة⁽³⁾.

فمن باب الحيطة الحذر، ينبغي على وسائل الإعلام ألا تذيع كل خبر يتناهى إلى مسامعها، فكم من خبر نشر في فترة سلم، أدى لهزائم محققة بعد ذلك، ففي فترة السلم لا تعلم نية العدو، ومخططاته.

ففي هذه الآية "تأديب من الله لعباده عن فعلهم هذا غير اللائق، وأنه ينبغي لهم إذا جاءهم أمر من الأمور المهمة والمصالح العامة ما يتعلق بالأمن وسرور المؤمنين، أو بالخوف الذي فيه مصيبة عليهم أن يتثبتوا ولا يستعجلوا بإشاعة ذلك الخبر، بل يردونه إلى الرسول وإلى أولي الأمر منهم، أهل الرأي والعلم والنصائح والعقل والرزانة، الذين يعرفون الأمور ويعرفون المصالح وضداتها، فإن رأوا في إذاعته مصلحة ونشاطاً للمؤمنين وسروراً لهم وتحرجاً من أعدائهم فعلوا ذلك، وإن رأوا أنه ليس فيه مصلحة، أو فيه مصلحة ولكن مضرته تزيد على مصلحته لم يذيعوه"⁽⁴⁾.

^(١) الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 22/3.

^(٢) انظر: مجلة منبر الإسلام - مقال: حاجة المجتمع إلى الإعلام الإسلامي - عبد الرحمن الزرقاني - (ص: 100) - رجب 1405هـ / إبريل 1985م.

^(٣) الأساس في التفسير - سعيد حوى - 1133/2.

^(٤) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 288/1.

ثانياً: الوحدة وعدم التنازع

يقول المولى سبحانه: (وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَادْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءَ فَالَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَاصْبِحُوهُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِّنْهَا كَذَلِكَ يَبْيَسُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتٌ لَّعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ) (آل عمران: 103).

من أبرز الضوابط في فترة السلم الاتحاد، فالاتحاد دوماً قوة، والفرق ضعف، وقد أمر المولى - سبحانه - في الآية السابقة المسلمين بالتوحد والثبات.

في هذه الآية، أمرهم المولى سبحانه "بما فيه صلاح أنفسهم لأخراهم، بأمرهم بما فيه صلاح حالهم في دنياهم، وذلك بالاجتماع على هذا الدين وعدم التفرق؛ ليكتسبوا باتحادهم قوّة ونماء...، ليس المقصود الأمر باعتقاد كل مسلم في حال انفراده اعتقاداً بهذا الدين، بل المقصود الأمر باعتقاد الأمة كُلُّها...، (ولا تفرقوا) تأكيد لمضمون اعتقادوا جميعاً، وهذا التذكير خاصٌّ بمن أسلم من المسلمين بعد أن كان في الجاهلية؛ لأنَّ الآية خطاب للصحابة ولكن المننة به مستمرة على سائر المسلمين؛ لأنَّ كُلَّ جيل يُقدِّر أنَّ لو لم يسبق إسلام الجيل الذي قبله كانوا هم أعداء وكانوا على شفا حفرة من النار" ⁽¹⁾.

ثالثاً: حسن الإعداد

دائماً يتتسائل الجميع حول كيفية الوصول للإعلام الإسلامي؟، ولعلهم قد تناسوا أنَّ هذا لا يتحقق إلا بالإعداد الجيد للحسن، فالإعلام من أبرز القوى المحركة والموجهة للبشر وصناع القرار في عصرنا الحاضر، فالواجب عليه أن يكون على أكمل وأحسن وجه.

يقول تعالى: (وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا أَسْتَطَعْتُمْ مِّنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِّبَاطِ الْخَيْلِ...) (الأనفال: 60).

وهذا الإعداد يتحقق من خلال مجالات عديدة، منها:

1) **ميدان التأهيل البشري:** من خلال إعداد الكوادر البشرية المتخصصة في الإعلام، وتأهيلها فكريًا، وخفقيًا، وعمليًا، ومهنيًا؛ لأنَّ الإنسان هو العنصر الأول في إحداث أيَّ تغيير مقصود، وهذا أمر قد يتطلب جهوداً عظيمة و Capacities عديدة، من خلال:

- الإعداد الأصولي والفكري.

- الإعداد اللغوي والتذوقى؛ لأنَّ اللغة هي وعاء الفكر والثقافة.

- الإعداد التخصصي والمهنى، نظرياً وعملياً؛ حتى لا تصبح دراسة الإعلام

دراسة نظرية بحثة.

- الإعداد الثقافي العام، من خلال الإلمام بالواقع الذي يعيش فيه، من حيث قضایاه ومشكلاته، وأحداثه، وتياراته.

⁽¹⁾ التحرير والتوكير - ابن عاشور - 32/2

(2) **ميدان التأصيل والتنظير العلمي:** إذ إن الاهتمام بتأصيل قواعد الإعلام وأصوله وممارسته من وجهة النظر الإسلامية، ما يزال محدوداً ومتناهراً، فالمطلوب أن يتتصاعد الاهتمام العلمي بالإعلام الإسلامي تأصيلاً وتنظيراً، وأن يركز على النوعية، من خلال إنشاء ودعم معاهد ومراكز البحث الإعلامية المهمة بالإعلام الإسلامي، واستقطاب الباحثين المتميزين بالإخلاص والوعي الإسلامي، والخلفية الشرعية، والمنهجية في التفكير، والتمكن من أساليب البحث العلمي ووسائله.

(3) **ميدان الإصلاح الواقعي:** والمقصود بهذا: الإسهام الإيجابي في إصلاح أوضاع المؤسسات الإعلامية في العالم الإسلامي، وترشيد مسارها الإعلامي، ببذل النصح والمشورة، أو دعم الأعمال التي تخدم الإعلام الإسلامي، ويبداً الإصلاح الواقعي بمحاولة إيجاد قنوات تواصل وتعاونٍ بين المهتمين بشؤون الدعوة والإرشاد والإعلام الإسلامي من جهة، وبين العاملين في المجال الإعلامي من جهة أخرى؛ بغرض تضييق الفجوة بينهم، وما أسهل الهدم وما أصعب البناء!!

(4) **ميدان الإنتاج العملي المتميز:** حيث إن الحاجة تتزايد إلى إنشاء مؤسسات وشركات إسلامية للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف المجالات، من طباعة، وصحافة، ونشر، وتلفاز، وفيديو، وتسجيلات صوتية، وشرائح مصورة، وأفلام سينمائية وغيرها، وهو ما يتطلب طاقات بشرية عديدة، وتكليف مادية باهظة، شريطة أن يتولاه من يتسمون بالإخلاص والتقوى، وأن يستعان فيه بأهل الخبرة والمعرفة، وأن تكون الأعمال المنتجة، متقدمةً من حيث جوانبها الفكرية والفنية؛ حتى لا تشوّه الإنتاج الإسلامي البديل وتعطي صورةً سيئة عنه⁽¹⁾.

ومن مستلزمات حسن الإعداد ألا نصاب باليأس والإحباط نتيجة التكاليف الباهظة والجهود البشرية التي يحتاجها هذا الإعداد، بل ينبغي أن يكون ذلك دافعاً قوياً لنا حتى يتمر الأمل ويتحقق الحلم.

رابعاً: عدم البدء بالسب والشتائم

من أبرز الضوابط في حال السلم، أن يتحقق السلم فعلياً، في الأقوال والأفعال، بحيث لا يتعرض المسلمون ووسائل إعلامهم إلى أهل الذمة أو المعاهدين بالسب والشتائم والقذف؛ لما

⁽¹⁾ انظر: مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي - نخبة من المفكرين والكتاب - (ص: 41).

يتربى على ذلك من إثارة لمشاعرهم، فيقومون برد العداوة على المسلمين، وإشعال الحروب، ونبذ المعاهدات والسلام⁽¹⁾.

و حول هذا الضابط، نقرأ قوله تعالى: (وَلَا تَسْبُوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسْبُوا اللَّهَ عَدُوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيَّنَ لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلَهُمْ إِلَى رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فِي نِبْئِهِمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) (الأنعام: 108).

ففي هذه الآية، أمر من المولى سبحانه لعباده المؤمنين بـألا يشتموا المشركين، "من حيث عبادتهم لآلهتهم، لأن تقولوا: تبا لكم ولما تعبدونه مثلًا...، فيقولوا لكم مثل قولكم لهم...؛ جهالة بالله تعالى، وبما يجب أن يذكر به...، وفيه أن الطاعة إذا أدت إلى معصية راجحة وجب تركها، فإن ما يؤدي إلى الشر شر"⁽²⁾.

لكن وللأسف، فإن وسائل الإعلام لا تقوم بتطبيق هذا الضابط؛ لأن جل اهتمامها هو كسب أكبر عدد من الجمهور، دون الاهتمام بأي ضابط أو قيد، فقد تابعنا عبر شاشات التلفاز، في شهر رمضان عام 2006م، مسلسلاً تلفزيونياً في قالب فكاهي، يعتمد على السخرية من معتقدات اليهود بما لا يتاسب مع الآية السابقة.

⁽¹⁾ انظر: مجلة الإسراء - مقال: الحوار والتفاعل الحضاري من منظور إسلامي - د. عبد العزيز بن عثمان التويجري - (ص: 78) - رمضان وشوال 1419هـ / يناير وفبراير 1999م.

⁽²⁾ إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم - أبو السعود - 101/3.

المبحث الثالث

الإعلام زمن الحرب وضوابطه

? المطلب الأول:

حقيقة الإعلام زمن الحرب

? المطلب الثاني:

أهداف الإعلام زمن الحرب

? المطلب الثالث:

ضوابط الإعلام زمن الحرب

المطلب الأول

حقيقة الإعلام زمن الحرب

الإعلام الحربي أو الأمني أو العسكري، على اختلاف المصطلحات المعبرة عنه، يُعد إعلاماً هاماً؛ لأنه يأتي في أوقات الأزمات والحروب والمنازعات. وقبل البدء بالحديث عن أهداف هذا الإعلام وضوابطه، لا بد لنا من وقفة مع المراد بالحرب، وما وجد عند المختصين من تعريف لهذا النوع من أنواع الإعلام.

أولاً: تعريف الإعلام وال الحرب:

تعريف الإعلام:

تم بيانه والحديث عنه بصورة مستوفاة في الصفحات الماضية، فلا حاجة لإعادة ما ذكر⁽¹⁾.

تعريف الحرب:

تعريفها لغة: الحَرْب مشتقة من الحَرَب، بمعنى: الهلاك، وهي نقىض السلم، وتحمل معنى الهرج أو القتل، وجمعها حروب.

ودار الحرب: هي بلاد المشركين الذين لا صلح بيننا وبينهم.

والتحريب: هو إثارة الحروب، في حين أن الحَرْبة: هي الأداة المستعملة في الحرب دون الرمح، وجمعها حِرَاب.

والمحراب: هو مأوى الناس ومجتمعهم، وهو مأوى الأسد، ويقال: محراب المسجد؛ وسمي بذلك: لأنّه موضع محاربة الشيطان والهوى، وقيل: لكون حق الإنسان فيه أن يكون حربياً من أشغال الدنيا ومن نوازع الخواطر⁽²⁾.

تعريفها اصطلاحاً: هي مصطلح تعارف عليه الناس منذ القدم، ويعني: العملية العسكرية الموجهة ضد العدو، بغض النظر عن نوع هذا العدو⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: الفصل الثاني - المبحث الثاني - المطلب الأول - (ص: 121).

⁽²⁾ انظر: القاموس المحيط - الفيروز أبادي - 55/1، المفردات في غريب القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 225)، جمهرة اللغة - ابن دريد - 275/1.

⁽³⁾ انظر: التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سورحمن هدایات - (ص: 91).

ثانياً: ألفاظ ذات صلة:

عند الحديث عن الحرب، نلاحظ أن هناك مجموعة من المصطلحات البديلة التي تم استعمالها نيابةً عن الحرب، ففي حين استعمل بعض الباحثين مصطلح (القتال)، نجد أن المصطلح المتعارف عليه لدى الفقهاء وغالبية العلماء، والذي جرى استعماله بصورة كبيرة في كتاب الله، هو (الجهاد).

ورغم استعمال (الجهاد) في أكثر من معنى، منها:

- (1) مجاهدة العدو الظاهر.
- (2) مجاهدة الشيطان.
- (3) مجاهدة النفس.

إلا أنه إذا أطلق دون قيد، فلا يراد به إلا الجهاد العسكري القتالي، أما إذا قُيّد فيطلق على ما قُيّد به⁽¹⁾.

ثالثاً: تعريف الإعلام زمان الحرب (الإعلام العسكري، الإعلام الأمني):

أولى بعض العلماء، ولعل معظمهم من العسكريين، موضوع الإعلام الحربي الأمني العسكري اهتماماً بالغاً، فكثرت كتاباتهم فيه، مع اختلافهم في تحديد المراد منه، ومن هذه التعريفات:

(1) تعريف (علي عجوة):

"الإعلام الأمني يتضمن معلومات مهمة وكاملة، تغطي الأحداث والحقائق والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره، والتي يعتبر إخفاؤها أو التقليل من أهميتها نوعاً من التعتيم الإعلامي، كما أن المبالغة في تقديمها أو إضفاء أهمية أكبر عليها نوع من الدعاية لخدمة أهداف معينة"⁽²⁾.

ونظرة تدقيق وتمحيص، تجعلنا لا نعتبر هذا تعريفاً دقيقاً شاملاً، نظراً لطوله أولاً، وأنه لم يعطِ تعرفاً جاماً مانعاً، حيث اقتصر على المعلومات المنشورة عبر الإعلام في ذلك الحين فقط.

⁽¹⁾ انظر: مفردات ألفاظ القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 208)، التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سورمن هدایات - (ص: 91).

⁽²⁾ الإعلام الأمني: المفهوم والتعریف - علي عجوة - (ص: 2).

(2) تعريف (حمدي شعبان):

"الجهود الإعلامية المبذولة من خلال وسائل الإعلام المختلفة؛ لإلقاء الضوء على العمل الشرطي بوجه عام، والعمل على تكوين صورة طيبة عن الشرطة في أذهان الجماهير"⁽¹⁾. وبالنظر لهذا التعريف، نلاحظ أنه لا صلة له بالإعلام الحربي العسكري، المرتبط بالحروب والنزاعات بين الدول، لكنه مرتبط بالإعلام الشرطي الداخلي للدولة، وهذا ليس مراداً بالإعلام الحربي.

(3) تعريف (محمد خليفة):

"ث الشعور الصادق بالأمن، وحسن التوجيه إلى وسائله وطرقه؛ حتى يحس الإنسان بحق أنه آمن على حياته ودينه وعرضه وماليه، وعلى سائر حقوقه الأساسية، دون تهيب من سطوة أو جور"⁽²⁾.

وهذا التعريف كسابقه، لا علاقة له بالحروب الخارجية، فهو مقتصر على الأمن الداخلي فقط.

(4) تعريف (د. جاسم خليل ميرزا):

"تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة، التي تصدر عن جهاز الشرطة، وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة؛ بهدف التوعية والإرشاد، وتحسين صورة المؤسسة الشرطية في أذهان الجماهير؛ لتحقيق التفاعل الإيجابي بين الشرطة والجماهير، في إطار سياسة الدولة وقوانيتها"⁽³⁾.

وهذا التعريف كسابقيه، تحدث عن الأمن الداخلي، دون التطرق للأمن الدولي الذي تهدده الحروب والأزمات في العلاقات الدولية.

وإن كان الأمن الداخلي مهماً، لكن لا يمكن الحديث عن الإعلام الأمني أو العسكري الحربي دون الحديث عن أمن واستقرار خارجي كالأمن والاستقرار الداخلي، فكلاهما مكمل للآخر، لا يتحقق أحدهما دون الآخر.

ومن خلل ما سبق:

ترى الباحثة بالتعاون مع المشرف، أن الإعلام الحربي العسكري يمكن تعريفه بأنه: الرسائل الإعلامية الواقعية المتعددة حول الحروب والأزمات، الهدافـة إلى زعزعة الأعداء، وتنبيـت الأصدقاء.

⁽¹⁾ الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث - حمدي شعبان - (ص:2).

⁽²⁾ الإعلام الشرطي بدولة الإمارات العربية المتحدة - محمد خليفة - (ص: 2).

⁽³⁾ الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق - د. جاسم خليل ميرزا - (ص: 17).

المطلب الثاني

أهداف الإعلام زمن الحرب

من خلال المهام التي ينبغي على الإعلام الأمني الحربي العسكري أن يقوم بها، ومواجهته للحروب والأزمات في العلاقات الدولية، يمكن تحديد أهدافه، بأنها:

(1) إرهاب العدو: حيث يقول تعالى: (وَأَعِدُّوا لَهُم مَا أَسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ...) (الأنفال: 60).

ويتحقق هذا الإرهاب من خلال إعداد القوة بكافة أنواعها، كما دل على ذلك نص الآية، وهذه القوى المراد إعدادها تتمثل في: "قوة العقيدة في المقدمة والأساس، قوة الوحدة، قوة الساعد والسلاح، بما فيها من عدة وعتاد".⁽¹⁾

في حين ذهب بعض العلماء إلى أن هذه القوى المراد إعدادها تتمثل في:

- **قوة المبدأ:** من حيث الإيمان بعدلة القضية، وأن معركتنا دينية إنسانية قومية، وتستمد هذه القوة من خلال الإيمان بالمبادئ والثبات عليه، والشجاعة في الدفاع عنه، كما كان النبي ﷺ ثابتاً أمام قريش رغم مساوماتها وعروضها عليه، حتى قال لهم: والله يا عم، لو وضعوا الشمس في يميني، والقمر في يساري على أن أترك هذا الأمر، ما تركته حتى يظهره الله، أو أهلك دونه.⁽²⁾

- **قوة الإعداد والسلاح:** وتشمل كافة ما تحشده الأمة من العدد والعتاد، فحيث يكون النفير العام، يصبح من الواجب على كل مكلف مستطيع لقتال لا يختلف عنه، وتخالف هذه القوة باختلاف الزمان والمكان؛ لهذا بات من الواجب تعلم كافة أنواع الفنون الحربية والصناعات الالزمة، من باب: ما لا يتم الواجب المطلق إلا به فهو واجب.

- **قوة المواجهة:** من خلال الثبات في ساحة الحرب، والثقة بنصر الله ومعيته، وبالثبات تظهر القوة، ويختخل صف العدو، وهذا الثبات لا يأتي إلا من خلال الإيمان والثقة الداعمة له، ويتحقق هذا بالذكر الدائم لله عز وجل:

⁽¹⁾ التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سور حمن هدایات - (ص: 94).

⁽²⁾ انظر: دراسات في السيرة - د. طالب أبو شعر وآخرون - (ص: 142).

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيْتُمْ فَتَةً فَاتَّبِعُوهَا وَادْكُرُوهَا كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)

(الأفال: 45) ⁽¹⁾.

وفرق بين الإرهاب في المصطلح الإسلامي القرآني، وبين الإرهاب في المصطلح الغربي الصهيوني أمريكي، الذي يقوم على أنه استخدام غير قانوني للقوة والعنف ضد الأفراد والمجتمعات؛ لتحقيق أهداف معينة تتبناها الجماعات الإرهابية، والتي وضعوا على رأسها في أيامنا هذه حركة حماس، وجماعة الإخوان المسلمين، وغيرهما ⁽²⁾.

(2) تثبيط الروح المعنوية للعدو ودفع كيدهم وعدوانهم: حيث يقول تعالى: (قَاتِلُوهُمْ يَعْذِبُهُمُ اللَّهُ بِأَيْدِيهِمْ وَيُخْزِهِمْ وَيَنْصُرُكُمْ عَلَيْهِمْ وَيَشْفِ صُورَ قَوْمٍ مُؤْمِنِينَ & وَيُنْذِبُ غَيْظَ قُلُوبِهِمْ وَيَتُوبُ اللَّهُ عَلَى مَنِ يَشَاءُ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ) (التوبة: 14، 15).

"قاتلهم يجعلكم الله ستار قدرته، وأداة مشيئته، فيعذبهم بأيديكم، ويخرّهم بالهزيمة وهم يتخيّلون بالقوة، وينصركم عليهم، ويشفّ صدور جماعة من المؤمنين ممن آذاهم وشردهم المشركون، يشفّها من غيظها المكظوم، بانتصار الحق كاملاً، وهزيمة الباطل، وتشريد المبطلين" ⁽³⁾.

كما يهدف الإعلام الحربي إلى منع الفتن ودرئها، وتشمل هذه الفتنة إغواء المسلمين لترك دينهم، أو التنازل عن أوطانهم وبладهم ومبادئهم، فيتحقق شن الحرب عليهم ⁽⁴⁾، وفي هذا يقول تعالى: (وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لا تَكُونَ فَتْنَةً وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ...) (البقرة: 193).

(3) إنفاذ الواجب الشرعي والضرورة البشرية: ذلك أن الحرب والقتال واجب كفائي على المسلمين، إلا في بعض الحالات التي تحوله إلى فرض عين، أسهب فيها الفقهاء لكن الإعلام يكون الأمر عليه لازماً واجباً، لأنّه يحقق ضرورة شرعية متمثلة في إنفاذ أمر الجهاد من خلال الإعلام، وهو إحدى طرق الجهاد.

وهو يحقق ضرورة بشرية اجتماعية، في رد العدوان وتحقيق العدل، وليس البدء بالقتل وإثارة النزاعات، وإيصال العقيدة الإسلامية للناس كافة، من خلال إزاحة ما يعترض طريقها من العقبات ⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ انظر: الدعوة الإسلامية منهاجها ومعالمها - د.أحمد عمر هاشم - (ص: 266).

⁽²⁾ انظر: الثقافة الإسلامية - د.رمضان الزيان وآخرون - (ص: 210).

⁽³⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 1612/10.

⁽⁴⁾ انظر: الجهاد والقتل في السياسة الشرعية - د.محمد خير هيكل - 592/1، مقال: الجهاد في القرآن الكريم www.balagh.com/mosoa/tafsir/m40n4iyu.htm

⁽⁵⁾ انظر: التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سورحمن هدایات - (ص: 92).

⁽⁶⁾ انظر: الإعلام الإسلامي في العهد الأموي (رسالة ماجستير) - زكي رمضان القرمان - (ص: 9).

(4) **تصحيح بعض المعتقدات الخاطئة:** فالإعلام العربي تقع عليه مسؤولية تصحيح بعض الأخطاء في المصطلحات والمفاهيم، سواءً لدى العدو، أو حتى لدى الجمهور المتألق حتى لو كان من الدولة نفسها.

ودليل ذلك قصة ربعي مع رستم، حيث قام بتصحيح ما كان لديه من معتقدات خاطئة، حين قال: "جئنا لنخرج من شاء من عبادة العباد إلى عبادة الله وحده"⁽¹⁾.

"وهذه هي قضية العصر الشاغلة، قضية الساعة...، القضية الرئيسية الآن التي تشغّل عقل المفكرين المخلصين هي مصير الإنسانية والوضع الحاضر، هنالك يجيء دور المسلمين، دور الدعاة أن يحملوا رسالة الإسلام مرة ثانية إلى أوروبا...، يقولون لهم: انتم في شقاء، أنتم في جحيم"⁽²⁾.

(5) **أهداف توجيهية ضبطية:** فعلى وسائل الإعلام نقع مهمة نشر المعلومات عن المجرمين والتعاونيين مع الاحتلال، وإكسابهم معلومات أمنية؛ بغرض تنمية مشاركتهم الفاعلة في مواجهة الحروب.

ومثال ذلك: ما كانت تقوم به فضائية مرئية وإذاعة الأقصى خلال حرب الفرقان، حيث كانت تبث دوماً بعض الأفعال التي يقوم بها العملاء والخونة المتعاونون مع الاحتلال؛ تتبّعها للمقاومين والمواطنين، وتوجّيهاً لهم للإبلاغ عن أمثلهم.

كما كانت تقوم ببث التحذيرات المتلاحقة، من بعض الاتصالات، والأرقام، ورسائل الجوال التي كان المواطنون يتلقّوها خلال الحرب، في محاولة من العدو الصهيوني للحصول على المعلومات من المواطنين، أو إسقاط بعضهم في العمالة، أو تثبيط روحهم المعنوية.

وفي هذا نطالع قوله تعالى: (فَإِمَّا تُتَقْفَنَهُمْ فِي الْحَرْبِ فَشَرَدُّهُمْ مَنْ خَفِفُهُمْ لِعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ) (الأنفال: 57).

"(فَإِمَّا تُتَقْفَنَهُمْ فِي الْحَرْبِ) إِمَّا تصادفهم وتظفر بهم (فَشَرَدُّهُمْ مَنْ خَفِفُهُمْ) ففرق عن محاربتك ومناصبتك بقتالهم شر قتلة والنكبة فيهم من وراءهم من الكفرة حتى لا يجسر عليك بعدهم أحد اعتباراً بهم واتعاذاً بحالهم"⁽³⁾.

⁽¹⁾ فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 71).

⁽²⁾ مجلة الأمة - مقال: حاجة العصر ومسؤولية الأمة - أبو الحسن علي الندوبي - (ص: 23) - شعبان 1405هـ / إبريل 1985م.

⁽³⁾ الكشاف - الزمخشري - 266/2.

وبالإضافة إلى ما سبق من أهداف قرآنية، نرى أن من أهداف الإعلام الحربي، ما يلي:

(1) **أهداف تثقيفية**: وتعني نشر الثقافة الأمنية العسكرية، وعرض الأحداث والأزمات وتطور الحروب بصورة موضوعية؛ بغرض تحقيق التفاعل بين الجمهور والأحداث، وإمدادهم بالمعلومات من مصادر موثوقة.

فمن الطبيعي أن الجمهور يبحث عن آخر التطورات والمعلومات في أوقات الأزمات والحروب، ومن هنا تقع مهمة التثقيف للجمهور وإمداده بالمعلومات المستجدة دوماً وبصورة دائمة؛ كي لا يلجأ للحصول عليها من مصادر العدو وإذاعاته.

وقد ظهر هذا الهدف واضحاً في حرب الفرقان الأخيرة، التي لعبت فيها بعض وسائل الإعلام المحلية والعالمية دوراً بارزاً في إمداد الجمهور الفلسطيني والعربي العالمي بآخر المستجدات وتطورات الأحداث بالصوت والصورة، رغم ما كان يتهددهم من أخطار.

(2) **أهداف توعوية وقائية**: ويعتبر هذا من أهم الأهداف التي ينبغي مراعاتها في الإعلام الحربي العسكري، من خلال توعية المواطنين بالأخطار المترتبة على بعض التصرفات، أو كيفية مواجهة بعض الأسلحة التي يستخدمها العدو⁽¹⁾.

ومثال ذلك: برنامج (تحليلات عسكرية) الذي كانت تبثه فضائية القدس يومياً خلال حرب الفرقان التي شهدتها قطاع غزة، وكانت تقوم من خلاله بتوعية المواطنين بكيفية مواجهة الأسلحة العدوانية الصهيونية، مثل القنابل الفسفورية، وشرح طرق الوقاية في حال التعرض لدخانها أو الإصابة بها، إضافة إلى تحليل الاستراتيجية العسكرية الصهيونية المتبعة، وطرق مواجهتها.

وهذه الأهداف جميعها، نابعة من طبيعة المنهج الإسلامي "التي يجب أن تستقر صورتها في قلوب العصبة المسلمة، إن هذا الدين لا بد له من هيبة، ولا بد له من قوة، ولا بد له من سطوة، ولا بد له من الرعب الذي يزلزل الطواغيت حتى لا تقف للمد الإسلامي، وهو ينطلق لتحرير الإنسان في الأرض من كل طاغوت، والذين يتصورون أن منهج هذا الدين هو مجرد الدعوة والتبليغ في وجه العقبات المادية من قوى الطاغوت، هم ناس لا يعرفون شيئاً عن طبيعة هذا الدين!"⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق - د. جاسم خليل ميرزا - (ص: 23).

⁽²⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 1542/10.

هذا وقد تحدث بعض العسكريين أن للإعلام العربي أهدافاً عديدة، تدرج تحت جانبين:

أولاً: داخل المؤسسة العسكرية: وهذه تتعلق بالجندي وتهتم به، وتشمل:

- (1) تربية شعور الجندي بالاعتذار، وبث الحماس فيه، وزيادة ثقته في نفسه.
- (2) تربية اعتزاز الجندي بسلاحه وقواته المسلحة، وإيمانه بقيادته وهدفه.
- (3) تحصينه من مخاطر الإعلام المعادي، وحرب العدو النفسية.
- (4) تربية ثقافته بشكل عام، وثقافته العسكرية بشكل خاص، وتوجيهه التوجيه الديني الصحيح.

(5) تربية حب الجندي، وتطبيق مبادئ الضبط والربط العسكري.

- (6) المساعدة في رفع الروح المعنوية، والمحافظة عليها وصيانتها، وبث روح التحدي وقت الحرب⁽¹⁾.

ثانياً: خارج المؤسسة العسكرية: وهذه تسير بشكل متوازن مع سابقتها، وتحتاج لموازنة الاستراتيجية الإعلامية للدولة لاستراتيجية الإعلام العسكري، وتتفرع إلى عدة فروع:

(1) الشعب:

- الحفاظ على الصلة المتنية والثقة المتبادلة بينه وبين الجيش.
- تربية حب الجندي لدى المواطن، وترغيبه في الانخراط بسلك الجندي.
- إيهام المواطن بأن الجندي هو سياج الوطن والقائم على حمايته.
- غرس الإحساس بالمسؤولية لدى المواطن، وإشعاره أن عليه واجباً تجاه وطنه يتم تأديته بالانخراط في سلك الجندي.
- تعريف المواطن بقواته المسلحة، واطلاعه على إنجازاتها، والمستوى الذي وصلت إليه⁽²⁾.

(2) العدو:

- تخطيط حملات الحرب النفسية وتنفيذها، بالتنسيق مع استراتيجية الدولة الإعلامية.
- توجيه مصامين عسكرية قوية؛ بغض ردع العدو.
- تنفيذ الحرب النفسية الميدانية التكتيكية ضد تشكيلات العدو في الميدان.
- الرد على الإشاعات التي يبثها العدو، وتنفيتها⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام العسكري الأردني – العميد الركن محمد خلف الرقاد – (ص: 60).

⁽²⁾ انظر: المرجع السابق – نفس الصفحة.

⁽³⁾ انظر: المرجع السابق – (ص: 61).

(3) الأصدقاء وغير الأعداء:

- إدامة الاتصال مع الأصدقاء.
- فتح قنوات الاتصال مع غير الأعداء، ومحاولة استقطابهم، أو تحبيدهم على الأقل، بحيث إن لم يكونوا معك، فلا يكونوا ضدك ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام العسكري الأردني - العميد الركن محمد خلف الرقاد - (ص: 61)، مجلة هدي الإسلام - مقال: الإعلام الإسلامي نحو منهج علمي - د. كرم شلبي - العدد (4) - (ص: 15) - ربيع الثاني 1909هـ.

المطلب الثالث

ضوابط الإعلام زمن الحرب

جاء في القرآن الكريم الكثير من الآيات التي تحدثت عن الجهاد، وما أحدثه من تأثير على النفوس، حتى أصبحت هذه الآيات جزءاً من النسيج العقلي للمسلمين، وشيئاً امترزج بأرواحهم ودمائهم.

وقد ارتبط الإعلام الإسلامي بالجهاد ارتباطاً وثيقاً، من ناحية:

(1) الإعلام الإسلامي نوع من أنواع الجهاد، بل إن الله سبحانه أسماه الجهاد الكبير، فقال تعالى: (فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهُهُمْ بِهِ جِهَاداً كَبِيرًا) (الفرقان: 52)، والضمير راجع إلى القرآن الكريم، أو الإعلام القرآني.

(2) وحدة الهدف الذي قاما من أجله ويسعيان لتحقيقه، وتمثل في تقديم الأدلة الكافية لإقناع الناس بحقائق هذا الدين دون إكراه، وإعلاء كلمة الله في الأرض وقيام الحجة على الخلق في السماء، حيث قال تعالى: (الَّذِينَ آمَنُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ الطَّاغُوتِ فَقَاتَلُوا أُولَئِكَ الشَّيْطَانُ إِنَّ كَيْدَ الشَّيْطَانِ كَانَ ضَعِيفًا) (النساء: 76).

(3) الجهاد في سبيل الله يرتبط بمسألة في غاية الأهمية بالنسبة للإعلام الإسلامي، ألا وهي مسألة توفير الحرية، وتهيئة الأجواء الطبيعية لممارسة العملية الإعلامية الإسلامية بشكل فعال ومؤثر⁽¹⁾.

ونتيجةً لهذا الارتباط الوثيق بين الإعلام والجهاد، ونتيجةً لخصوصية الإعلام الأمني العربي وموضوعاته، من ناحية كونها: واسعةً شاملةً، حساسةً، دقيقة، ذات مزاج كثيرة، قد يكون بعضها تحرি�ضياً⁽²⁾، كان لا بد من الالتزام بمجموعة من الضوابط خلال الحرب، وتمثل هذه الضوابط في:

أولاً: الابتعاد عن الفتنة والاضطرابات

حين نقرأ القرآن الكريم، يطالعنا قوله تعالى: (وَاقْتُلُوهُمْ حِينَ ثُقْفَتُمُوهُمْ وَأَخْرُجُوهُمْ مِّنْ حَيْثُ أَخْرَجُوكُمْ وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ ...) (البقرة: 191)، وقوله تعالى: (وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ ...)

⁽¹⁾ انظر: مقال: العلاقة بين الإعلام الإسلامي والجهاد - <http://www.e3lami.com/articles.php?articleid=175&id=39>

⁽²⁾ انظر: الإعلام الأمني - د.أديب خضور - (ص:49).

(البقرة: 193)، وكذلك قوله تعالى: (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ قَتَالٌ فِيهِ قُلْ قَتَالٌ فِيهِ كَبِيرٌ وَصَدُّ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَكُفُرُ بِهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَإِخْرَاجُ أَهْلِهِ مِنْهُ أَكْبَرُ عِنْدَ اللَّهِ وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنِ الْقَتْلِ...) (البقرة: 217).

فهذه مواضع ثلات تحدثت عن القتال، وركزت خلال الحديث عنه على ذكر الفتنة، وهذا أمر حتمي؛ إذ إن الكثير من الحروب تنتشر فيها إثارة الفتن والنزاعات، من خلال التحرير الإعلامي، الذي يشعل نيران الحروب بدلاً من إخمادها.

ولأجل ذلك، جاء هذا التركيز على البعد عن الفتن، ووصفها بأنها أشد أو أكبر من القتل، حيث إن "الفتنة عن الدين اعتداء على أقدس ما في الحياة الإنسانية، ومن ثم فهي أشد من القتل، أشد من قتل النفس وإذهاق الروح وإعدام الحياة، ويستوي أن تكون هذه الفتنة بالتهديد والأذى الفعلي، أو بإقامة أوضاع فاسدة من شأنها أن تضل الناس وتفسدهم وتبعدهم عن منهج الله، وترى لهم الكفر به أو الإعراض عنه" ⁽¹⁾.

وتكرار الحديث عن الفتن، ووصفها بكونها أكبر وأشد من القتل "يوحى بأهمية الأمر في اعتبار الإسلام؛ وينشئ مبدأً عظيماً يعني في حقيقته ميلاداً جديداً للإنسان على يد الإسلام، ميلاداً تتقرر فيه قيمة الإنسان بقيمة عقيدته، وتوضع حياته في كفة وعقيدته في كفة، فترجح كفة العقيدة...، وكل من يتعرض للفتنة في دينه والأذى في عقيدته في آية صورة من الصور، وفي أي شكل من الأشكال، مفروض عليه أن يقاتل وأن يقتل؛ وأن يحقق المبدأ العظيم الذي سنه الإسلام، فكان ميلاداً جديداً للإنسان" ⁽²⁾.

فالمطلوب إذن، من خلال هذه النصوص القرآنية، وتعاليم الإسلام الربانية، أن يكون القتال بعيداً عن إثارة الفتنة، فغرقه إنما إخماد الفتنة وردعها ومواجهتها، وليس إشعالها.

ثانياً: الحث على بذل المال ومواجهة الباطل والجهاد

تحديثنا فيما سبق أن من مظاهر إعداد القوى، والإعداد الإعلامي، وهذا الإعداد، يتطلب أشياء كثيرة، منها: الأجهزة والمعدات الفنية بعدد أكبر؛ لمواجهة أي طارئ من قصف أو تدمير، إضافةً إلى تجهيز أماكن احتياطية يتم استخدامها في أوقات الأزمات، وغير ذلك.

وهذه التجهيزات كلها، لا تأتي وحدها، بل تتطلب البذل والإنفاق من أجل توفيرها، وتجهيزها؛ لذا كان من ضوابط الإعلام الحث على الإنفاق والجهاد.

ففي سياق الأمر بالإعداد، كانت خاتمة الآية بالحث على البذل والإنفاق، فقال تعالى: (وَأَعْدُوا لَهُمْ مَا أَسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوْفَى إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ) (الأنفال: 60).

⁽¹⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 189/2.

⁽²⁾ المرجع السابق - 190/2.

"ولما كان هذا الإعداد للقوة بحاجة إلى بذل الأموال السخية من المسلمين قاطبةً، ختمت هذه الآية بالدعوة إلى الإنفاق بأسلوب يحث على البذل في سبيل الله، حيث نكر ما ينفق؛ ليعلم أي قدر وأي نوع يبذل في سبيل الله"⁽¹⁾.

وحيث نقرأ القرآن الكريم نلاحظ كيف قرن ما بين الجهاد والإإنفاق، فقال عز من قائل: **(وَقَاتُلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلَيْهِ & مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفُهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَبِسْطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ)** (البقرة: 244، 245).

هذا فيما يتعلق بالأمر المباشر للمؤمنين، كما أمرهم بالإإنفاق بطريقة غير مباشرة، حيث يقول تعالى: **(إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيُصْدِّوُا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ فَسَيُنْفِقُونَهَا ثُمَّ تَكُونُ عَلَيْهِمْ حَسْرَةً ثُمَّ يُغْبُونَ وَالَّذِينَ كَفَرُوا إِلَى جَهَنَّمَ يُحْشَرُونَ)** (الأنفال: 36).

نص هذه الآية يتحدث عن المشركين، ولكن مفهوم المخالفة لها يقول: أنت أيها المسلمون أولى بالإإنفاق؛ لتهذبوا البشر إلى سبيل الله، وإنفاقكم هذا سيكون سبباً لمنعكم ونصرتكم، وليس غلبتكم، وإلى الجنة تحشرون.

إذا كان المشركون يبذلون أموالهم ليصدوا عن سبيل الله، فمن باب أولى أن يكون هذا الإنفاق هو ديدن المسلمين ودأبهم وعادتهم؛ لنصرة دينهم ورد الباطل ودفعه؛ حتى لا يكونوا من يستحقون عذاب الله بكراهم للأموال وعدم إنفاقها في سبيل الله: **(... وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرُهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ & يَوْمَ يُحْمَى عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكَوَّبَ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنَزْتُمْ لَا نَفْسٌ كُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ)** (التوبه: 34، 35).

ثالثاً: التثبت وعدم الانجرار وراء الإشاعات والأباطيل

حين كان الحديث عن ضوابط الإعلام بشكل عام، كان التيقن من صدق المعلومات سواءً المستقبلة منها أم المرسلة من أبرز الضوابط.

وحيث كان الحديث عن الإعلام وضوابطه حال السلم والمعاهدات، كان التيقن كذلك من أبرز وأهم الضوابط، وهكذا في حال الحرب، بل إن أهمية التأكيد والتثبت تزداد.

يقول تعالى: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَقْرَبَ إِلَيْكُمُ السَّلَامُ لَسْتُ مُؤْمِنًا تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنَّدَ اللَّهِ مَغَانِمٌ كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلُ فَمَنْ أَنَّ اللَّهَ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا)** (النساء: 94).

وعلمون أن سبب نزول هذه الآية كان في سرية عليها أسامة بن زيد، فلقي مردارس بن نهيك الصمري فقتله، وكان من أهل فدك، ولم يسلم من قومه غيره، وكان يقول لا إله إلا الله محمد رسول الله ويسلم عليهم، قال أسامة: فلما قدمت على رسول الله صلى الله عليه وسلم

⁽¹⁾ الدعوة الإسلامية منهجها ومعالتها - د. أحمد عمر هاشم - (ص: 52).

أخبرته، فقال: قلت رجلاً يقول لا إله إلا الله؟!، فقلت: يا رسول الله، إنما تعود من القتل، فقال: كيف أنت إذا خاصمك يوم القيمة بلا إله إلا الله، قال: مما زال يرددها على أقتلت رجلاً يقول لا إله إلا الله حتى تمنيت لو أن إسلامي كان يومئذ، فنزلت⁽¹⁾.

من خلال هذه الحادثة، يظهر أنها إنما كانت وقت حرب، حيث كان أسامة مرسلًا على سرية، وقد قتل هذه الرجل دون ثبت وتأكد، بل لمجرد تخمينه أنه ما قال قوله إلا للتعود من القتل، فجاء العتاب الرباني ثم النبوي على هذه الحادثة.

فالمطلوب إذن من وسائل الإعلام، التحلي بمزيد توثيق وتبيين أوقات الحروب؛ لما يكون فيها من إشاعات وأخبار كثيرة لا أساس لها من الصحة، كالذي حدث في غزوة أحد، حين أُشيع خبر مقتل النبي ﷺ، فأدى ذلك لانهيار بعض المسلمين وتراجعهم⁽²⁾.

ويدرج تحت هذا الضابط: المصداقية في الطرح والعرض، والأمانة مع اختيار الوقت المناسب، وعدم الانجرار وراء الإشاعات والأباطيل، والدقة في معرفة التفصيات، مما يساعد في تلخيص الأفكار وترتيبها، ومعرفة الحدود التي يشتمل عليها الموقف⁽³⁾.

رابعاً: الثبات وتنمية الروح المعنوية

الانفعال والتوتر من أبرز الانفعالات التي تظهر أوقات الأزمات والحروب، رغم أن المفترض في مثل تلك الأوقات أن يكون المرء على قدر من الهدوء والثبات؛ لأن في ذلك إفساح المجال للتفكير وحسن التدبير، إضافة إلى كيد العدو وغشه.

أما ظهور الانفعالات، فيؤدي نتيجة عكسية، بل قد تضييع معه الحقائق، لذلك كان من أبرز سمات القيادات الإعلامية الوعائية "عدم التوتر والانفعال الزائد أمام الأحداث الجسيمة، مهما كانت التداعيات للحدث، فالاحتفاظ بالأعصاب ضرورة خاصة في تلك المواقف...، أما حالة الانهيار يتربّط عليها إصابة العديد بالتوتر وانفلات الأعصاب، فترافق الأخطاء، ويصبح الموقف سيئاً، ويتعرّض تدارك مثل هذه التداعيات"⁽⁴⁾.

وتتعدد صور الانفعالات، منها: الصوت المرتفع، التطاول أو عدم التماسكي في الحديث.

وهذا الثبات واليقين، ينبع من ذكر الله سبحانه، حيث قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا

لَقِيتُمْ فِتْنَةً فَاثْبِتُوْا وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (الأفال: 45).

⁽¹⁾ انظر: أسباب النزول - السيوطي - (ص: 52).

⁽²⁾ انظر: فقه السيرة النبوية - د.محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 175)، دراسات في السيرة - د.طالب أبو شعر وأخرون - (ص: 306).

⁽³⁾ انظر: الاتصالات والتقارير الأمنية - اللواء سراج الدين الروبي - (ص: 41).

⁽⁴⁾ انظر: المرجع السابق - (ص: 43).

ومن أبرز ضوابط الإعلام أن يعمل على تقوية الروح المعنوية للمقاومين المقاتلين، وللشعب عامةً، من خلال عرض الصورة بكلفة جوانبها، فإن كان هناك ضرر وألم يتعرض له المسلمون، فكذلك عدوهم، (إِن يَمْسِكُهُ قَرْحٌ فَقَدْ مَسَ الْقَوْمَ قَرْحٌ مُثْلُهُ وَتِلْكَ الْأَيَّامُ نُذَاوِلَهَا بَيْنَ النَّاسِ وَلَيَعْلَمَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَيَتَخَلَّ مِنْكُمْ شُهَدَاءُ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ) (آل عمران: 140).

خامساً: الغلظة في القول:

ينبغي على الإعلام أن يلتزم في رسالته الإعلامية بالرفق واللين، واليسر والسهولة، سواءً من ناحية الرسالة الإعلامية، أو من ناحية التعامل مع الجمهور والضيف.

لكن هذا الضابط، يستثنى منه حالات الحروب والأزمات، حيث ينبغي حينها على الإعلام أن يستخدم الغلظة في القول؛ لما يترتب عليها من إرهاب العدو وزلزلة أقدامه، وقد جاء الأمر بهذه الغلظة في آيات عديدة، من بينها قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدِ الْكُفَّارَ وَالْمُنَافِقِينَ وَاغْلُظْ عَلَيْهِمْ وَمَأْوَاهُمْ جَهَنَّمُ وَبِئْسَ الْمَصِيرُ) (التحريم: 9)، وقد تكرر هذا النص القرآني في سورة التوبة، في الآية الثالثة والسبعين منها.

وتحقيقاً لهذا الغرض أيضاً، يقول تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قَاتِلُوا الَّذِينَ يُلُونَكُمْ مِّنَ الْكُفَّارِ وَلَيَحِدُوا فِيهِمْ غُلْظَةً وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ) (التوبه: 123).

ففي سبيل حماية الجماعة المسلمة، ودفع العدو وكيده، لا بد من الغلظة، في القول والفعل، في العرض والنقاش، غلظة تزلزل الأقدام، وتحبط معنويات العدو، "وتجمع الآية بين الكفار والمنافقين في الأمر بجهادهم والغلظة عليهم، لأن كلا من الفريقين يؤدي دوراً مماثلاً في تهديد المعسكر الإسلامي، وتحطيمه أو تقتيته، فجهادهم هو الجهاد الواقي من النار، وجزاؤهم هو الغلظة عليهم من رسول الله والمؤمنين في الدنيا"⁽¹⁾.

سادساً: الخداع وعدمه خشية العدو

إن المطالع للقرآن الكريم، ولسنة النبي ﷺ يلاحظ أن الحديث جاء عن الخداع والتضليل في حالات الحروب.

هذا الخداع قد يمارسه أعداء الإسلام، كما في قوله تعالى: (وَإِنْ يُرِيدُوا أَنْ يَخْدَعُوكَ فَإِنَّ حَسِيبَكَ اللَّهُ هُوَ الَّذِي أَيَّدَكَ بِنَصْرِهِ وَبِالْمُؤْمِنِينَ) (الأنفال: 62).

كما أنه قد يُمارس من قبل المسلمين أنفسهم، فالحرب خدعة، كما حدث في غزوة الأحزاب بحفر الخندق حول المدينة المنورة، وهو نوع من التقنية الخداعية، والاستحداث

⁽¹⁾ في ظلال القرآن - سيد قطب - 3621/28.

لأساليب لم تكن معروفة لدى المشركين، أو بالتفرقة بين صفوف العدو، كما فعل نعيم بن مسعود في نفس الغزوة⁽¹⁾.

والخداع والقتل جائز مشروع، ولهذا يجوز التولي يوم الزحف رغم كونه من الكبائر؛ إن كان فيه خداع للعدو، وهذا جليٌّ في قوله تعالى: (يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قَيْتُمُ الَّذِينَ كَفَرُوا رَاحْفَانَ تُولُّهُمُ الْأَدَبَارَ & وَمَن يُولَّهُمْ يُوْمَنْدُ دُبْرَهُ إِلَّا مُتَحَرِّفًا لِقِتَالٍ أَوْ مُتَحِيزًا إِلَى فِتْنَةٍ فَقَدْ بَاءَ بِغَضْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَمَأْوَاهُ جَهَنَّمُ وَيَنْسَ السَّمِيرُ) (الأనفال: 15، 16).

وهذا الخداع يُعد من تكتيكات الحرب، التي أقرتها الشريعة الإسلامية كما أوضحتنا فيما سبق، وأقرها كذلك القانون الدولي، في المادة 2/37 من البروتوكول الإضافي رقم (1) لعام 1977م، والذي تم إلحاقه باتفاقية جنيف التي عقدت عام 1949م، حيث نص على أن: "خدع الحرب ليست محظورة، وتعتبر من خدع الحرب الأفعال التي لا تعد من أفعال الغدر"⁽²⁾.

هذا ويجوز اللجوء على الخداع والتضليل الإعلامي في الحروب، بسبب:

(1) سلوك المتراربين جرى إلى اتباعها منذ القدم.

(2) إنها لا تشكل نقضاً لعهد، أو غرداً بالخصوم.

(3) إنها وسيلة لكسب النصر، والإسراع في إنهاء القتال؛ بغرض القصد في إهراق الدماء من كلا الطرفين المتراربين⁽³⁾.

وإن كان الخداع مشروعًا مباحًا، إلا أنه ينبغي ألا يكون سبباً لنقض العهود، أو تجاوز الحد في القتل، أو عدم المعاملة بالمثل⁽⁴⁾.

ومن أمثلة الخداع في الحروب، ما حدث في حرب أكتوبر 1973م، بين مصر وإسرائيل، حيث سربت مصر بعض الأخبار التي احتوت على جزء ضئيل من الصحة، ضمن عملية (الخداع الاستراتيجي)، وعلى أساسها قام العدو الصهيوني بعمل خطط معينة، كانت نتيجتها هزيمته⁽⁵⁾.

⁽¹⁾ انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 213).

⁽²⁾ الإعلام بقواعد القانون الدولي والعلاقات الدولية في شريعة الإسلام - د. أحمد أبو الوفا - 175/10.

⁽³⁾ انظر: المرجع السابق - 177/10، الجهاد والقتل في السياسة الشرعية - د. محمد خير هيكل - 1294/2.

⁽⁴⁾ انظر: آثار الحرب في الفقه الإسلامي - د. وهبة الزحيلي - (ص: 141)، النظم الإسلامية نشأتها وتطورها - د. صبحي الصالح - (ص: 524).

⁽⁵⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 6 - حسن علي العنبي - (ص: 911) - جمادى الآخرة 1406هـ / فبراير ومارس 1986م.

ويُندرج تحت هذا الضابط: ضرورة الحذر في وسائل الإعلام، من خلال الحذر من عرض المواد الإعلامية المستوردة من الغرب، والتي تصور دوماً المجنى عليه بأنه الجاني، والعكس صحيح⁽¹⁾.

كما حدث في مدرسة الفاخورة خلال حرب الفرقان الأخيرة على قطاع غزة، والتي أظهرت فيها بعض وسائل الإعلام الغربية صاروخاً ينطلق من محاذة هذه المدرسة، فكانت النتيجة قصف الجيش الإسرائيلي للمكان؛ حفاظاً على حمايته، فتحول الأبراء إلى قتلة، والقتلة إلى أبرياء.

وحتى يتحقق الخداع، لا بد من الانضباط لدى العاملين في وسائل الإعلام؛ لأن العبرة ليست بالمدفع، ولكن بالرجال الذين يقفون وراء هذا المدفع، ويتحقق الانضباط فيمن كان لديه ضمير ورقيب ذاتي داخلي، ووازع ديني؛ مما يجعله يندفع لأداء واجبه وسماع الأوامر وتنفيذها حتى عند انعدام الرقابة، بقوة ذاتية نابعة من داخله⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: دور الوسائل التقنية والإعلامية في مكافحة الجريمة في عصر العولمة - د. عبد الحميد بن عبد الرحمن السحيبياني - بحوث مؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة الذي نظمته كلية الشريعة والقانون الإماراتية 6 - 8 مايو 2001م - 643/1.

⁽²⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإنسان في نظر العسكرية الإسلامية - اللواء أركان حرب محمد جمال الدين محفوظ - (ص: 1126) - رجب 1405هـ / إبريل 1985م.

الفصل الثالث

أساليب الإعلام وآثاره في ضوء القرآن الكريم

? المبحث الأول:

الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن الكريم

? المبحث الثاني:

آثار الإعلام في ضوء القرآن الكريم

تمهيد

نزل القرآن الكريم من السموات العلا، من لدن حكيم خبير؛ لذا فإنه يقف على قمة العمل الإعلامي الإسلامي؛ وسبب ذلك كونه "ينفرد بطريقته في عرض الواقع، وتقرير الأحداث، وله أسلوب خاص متفرد في التعليم والتوجيه"⁽¹⁾.

والناظر إلى القرآن الكريم، يلاحظ أنه نوع في استعمال الأساليب خلال الحوار، مما يجعلنا نقول وبلا شك أن القرآن سبق إلى استخدام أساليب الإعلام الحديث.

هذه الأساليب المتنوعة، جعلت أعداء الإسلام يحاولون مواجهتها، فلجأوا لأساليب إعلامية، يمكننا أن نطلق عليها اسم: (الإعلام المضاد).

ولكن، بحمد الله وتوفيقه، فقد ظهرت خلال الأعوام الأخيرة مجموعة من الفضائيات، بحيث أصبح هناك قرابة خمس عشرة فضائية إسلامية، بتوجهاتها المختلفة، إضافة إلى عشرات من الإذاعات والمطبوعات الإسلامية، ومئات المواقع الإسلامية على الانترنت، بل إن الإحصائيات تشير إلى ما يقارب من أربعين ألف مدونة عربية، عدد لا يأس منها يديره إسلاميون أو محافظون⁽²⁾.

وكي تتحقق هذه الوسائل الهدف الذي رسمته لنفسها، ينبغي عليها أن تسعى بجد لإنجاح خطاب إعلامي حديث ومتميز، بعيداً عن الحشو والتقليد، الذي بات سمة غالبة على المواد الإعلامية المطروحة.

⁽¹⁾ مقال: أخلاقيات الإعلام في القرآن الكريم – <http://forum.tfa9el.com/7688.html>

⁽²⁾ انظر: مقال: الإسلام الإسلامي والخطاب الجديد - أحمد شهاب - www.annabaa.org/nbanews/66/008.htm

المبحث الأول

الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن الكريم

? المطلب الأول:

أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن

? المطلب الثاني:

أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن

? المطلب الثالث:

الأعداء وأساليبهم الإعلامية

? المطلب الرابع:

الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية

المطلب الأول

أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن

القرآن الكريم كتاب هداية وإعجاز، وهو أساس العمل الإعلامي كذلك، ولما كان غرضه التأثير والتوجيه، كان لا بد من تنويع الأساليب المستخدمة؛ لأن تتواءها يؤدي إلى مزيد التأثير بها.

هذا ويقصد بالأسلوب القرآني: "الطريقة الخاصة التي انفرد بها القرآن في إفادة المعاني بالألفاظ"⁽¹⁾.

وبالنظر على القرآن الكريم والأساليب الإعلامية التي استعملها، نلاحظ أنها لم تتجاوز ما قيل عن الأسلوب القرآني، من كون هدفها إنما هو إفادة المعنى عن طريق الألفاظ، وتتنوع طرق العرض، فمن الأساليب التي استعملها القرآن الكريم ما يلي:

أولاً: الأسلوب القصصي

من المعلوم أن المتنقي يهفو إلى الحادثة المرتبطة بالأسباب والنتائج، فإذا تخللها مواطن العبرة، كان حب الاستطلاع لمعرفتها من أقوى العوامل على رسوخ عبرتها في النفس، والقصص الصادق يمثل هذا الدور في الأسلوب العربي، ويصوره في أبلغ صوره قصص القرآن الكريم.

وقصص القرآن أصدق القصص، لمطابقتها التامة للواقع، وأحسن القصص، لاشتمالها على أعلى درجات البلاغة وجلال المعنى، وأنفع القصص؛ لقوة تأثيرها في القلوب والأعمال والأخلاق، قال تعالى: (نَحْنُ نَتَّصُ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنُ وَإِنْ كُنْتَ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الْغَافِلِينَ) (يوسف: 3).

والقصص في القرآن الكريم على ثلاثة أنواع:

- (1) قصص الأنبياء: دعوتهم لأقوامهم، ومراحل دعوتهم، ومعجزاتهم، وعقوبة أقوامهم.
- (2) قصص قرآنى يتعلق بحوادث غابرية: كقصة الذين أخرجوا من ديارهم وهم ألوه حذر الموت، وطالوت وجالوت، وأصحاب الأخدود، وأصحاب الفيل، ونحوهم.
- (3) قصص يتعلق بالحوادث التي وقعت في زمان رسول الله: كغزوة بدر، وغزوة حنين⁽²⁾.

⁽¹⁾ أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. ذكرياء الزميلي - (ص: 3).

⁽²⁾ انظر: بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 185)، مباحث في علوم القرآن - مناعقطان - (ص: 306).

وللقصص القرآني فوائد، أهمها:

- (1) إيضاح أسس الدعوة إلى الله، وبيان أصول الشرائع التي يبعث بها كلنبي.
- (2) تثبيت قلب رسول الله، وقلوب الأمة المحمدية على دين الله، ونقوية ثقة المؤمنين بنصرة الحق وجنده، وخذلان البطل وأهله.
- (3) تصديق الأنبياء السابقين وإحياء ذكر أئمهم وتخليد آثارهم.
- (4) إظهار صدق الدعوة وما فيها من أخبار الماضين ⁽¹⁾.
- (5) مقارعة أهل الكتاب بالحججة فيما كتموه من البينات والهدى، وتحديهم بما كان في كتبهم قبل التحرير والتبديل.

وليس القرآن الكريم كتاباً أنشئ من أجل القصة قصداً، ولكن يُنظر إليه وإلى القصة من الزاوية التي تحقق أهدافه العامة ⁽²⁾.

وإذا جئنا للإعلام الإسلامي، فإن بإمكانه أن يستفيد من هذا الأسلوب القصصي في رسالته الإعلامية، فكثيرة هي القضايا والأخبار التي يكون تأثيرها أبلغ وأكبر عند عرضها بأسلوب قصصي مؤثر، شريطة أن تتوفر فيها مجموعة من الأمور، هي:

- (1) اختيار القصة المناسبة؛ لأن هناك كثيراً من القصص تقدّس مشاعر الفرد، وتحبب إليه الجريمة والفاحشة.
- (2) استغلال بعض الأفلام الهدافة، وعرضها عبر وسائل الإعلام، في محاولة لمواجهة الأفلام الماجنة التي تعرضها وسائل الإعلام الهدامة.

على سبيل المثال: في حرب الفرقان على قطاع غزة، تعددت المجازر التي ارتكبت بحق عائلات بأكملها، وكانت الأخبار تتوارد عبر مختلف وسائل الإعلام عن ذلك، لكن وقع هذه الأخبار كان أكثر تأثيراً من خلال عرضها في أسلوب قصصي، يحكي كيف كانت تلك العائلة تقضي وقتها، وكيف انقلب الحال فجأة، مع من نجوا من تلك المجازر، فكان التأثير والصدى أقوى وأشد في الأسلوب القصصي، وهذا ما ينبغي الاستفادة منه، فالجمهور بعادته ينجذب للقصص، ويبتعد عن الأحاديث الطويلة المملة.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد حاتم عبد القادر - (ص: 255)، التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 144)، بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 185)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 307).

⁽²⁾ انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. ذكرياء الزميلي - (ص: 35)، التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 155)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 310).

ثانياً: أسلوب المثل القرآني

المثل: قِسم من الحكم، يرد في واقعة؛ لمناسبة اقتضت وروده فيها، ثم يتداولها الناس في الواقع التي تشبهها، دون أي تغيير؛ لما فيه من الإيجاز، والدقة في التعبير، ويعمل على إبراز المعنى في صورة حسية تكسبه روعةً وجماً⁽¹⁾.

وقد جاء القرآن الكريم مشتملاً على الأمثل؛ بغرض العبرة والعظة، فقال تعالى:

(لَوْأَنَزَلْنَا هَذَا الْقُرْآنَ عَلَى جَبَلٍ لَرَأَيْتَهُ خَاسِعاً مُتَصَدِّعًا مِنْ خُشْبَةِ اللَّهِ وَتِكَّ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ) (الحشر: 21).

وتجلّي أهمية هذا الأسلوب وفوائده في:

(1) قدرتها التأثيرية على النفوس، وبراعتها في التصوير، وقدرتها على التشخيص والحركة القوية، مما يستنهض المشاعر والأحساس للإقبال نحو تحقيق الغرض والغاية من المثل.

(2) تقريب المعقول إلى المحسوس فيتباهي العقل ، ويدركه ويفهمه؛ فبالأمثال يستطيع الإعلامي أن يقرب المعنى إلى الإفهام.

(3) كشف الحقائق وإيضاح المعنى في عبارة موجزة بلغة.

(4) ضرب الأمثل من أنجح الوسائل في الترغيب كما أنه وسيلة نافعة للتغير⁽²⁾.
وحين يكون الحديث عن استخدام الأمثل في الوسائل الإعلامية، فينبغي عليه أن

تراعي:

(1) استعمال الأمثل بحكمة.

(2) أن تكون معانيها على مستوى فهم الجمهور، وعلى قدر عقولهم.
وبهذا يمكن القول: إن الأمثال القرآنية تعتبر مقاييس عقلية، وقواعد عامة، تصلح أن يفاس عليها، حيث إنها تدور حول محور واحد، هو الإنسان، بعقله، وروحه، وإحساسه؛ تحقيقاً لتطّلّعاته إلى سعادته في الدنيا والآخرة.

ووسائل الإعلام بإمكانها الاستفادة من المثل؛ لتقريب الصورة إلى ذهن المتلقى، فالمثل يكسر جمود العبارات، ويضيف نوعاً من المرح، شريطة أن يستخدم في مكانه الملائم.

⁽¹⁾ انظر: بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 190)، مباحث في علوم القرآن - مناعقطان - (ص: 282).

⁽²⁾ انظر: الإتقان في علوم القرآن - السيوطي - 31/4، الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 279)، الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبيها - د. يحيى علي الدجني - (ص: 273)، بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 193)، مباحث في علوم القرآن - مناعقطان - (ص: 287).

ثالثاً: تنوع أسلوب الخطاب

إن الناظر إلى الأسلوب القرآني، يلاحظ تنوّع الأسلوب الخطابي الموجود فيه، وهذا من الجمال الذي ينبغي تلمسه والفخر به في الخطاب الإسلامي؛ لما يتربّ عليه من تعدد للرؤى، وتوسيع للآفاق.

وقد يكون الخطاب القرآني متعلقاً بالأحكام الفقهية، أو الأمور العقائدية، وربما الثقافية، والاجتماعية، وغيرها، ومهما يكن، فالتتنوع فيه هو سر التميز والتألق والإبداع. والمهم للإعلام الإسلامي، أن يستفيد من هذا التنوّع في أسلوب الخطاب القرآني، من خلال استخدامه وتوظيفه في وسائل الإعلام؛ لكسر الجمود والتقليد في الخطاب الموجود فيها، حيث بالإمكان توظيف الخطاب القرآني لصالح القضايا الكبرى، ومن خلال استخدامه تبتعد وسائل الإعلام عن الجدل السلبي والحوارات العقيمة.

ونظرة إلى القرآن الكريم، تُبرز لنا عدة أنواع من الخطاب القرآني، منها:

- (1) خطاب عام: مثل: (خَلَقْنَاكُمْ).
- (2) خطاب خاص: مثل: (أَكَفَرْتُمْ).
- (3) خطاب الجنس: مثل: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ).
- (4) خطاب النوع: مثل: (يَا بَنِي آدَمَ).
- (5) خطاب العين: مثل: (يَا آدَمَ).
- (6) خطاب المدح: مثل: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ وَمَنْتُوا).
- (7) خطاب الذم: مثل: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ كَفَرُوا).
- (8) خطاب الكرامة: مثل: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ).
- (9) خطاب التودد: مثل: (يَا ابْنَ أَمَّةٍ).
- (10) خطاب الجمع بلفظ الواحد: مثل: (يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمِ) (الأنفال: 6)، والمراد هنا من الإنسان البشر كافة.
- (11) خطاب الواحد بلفظ الجمع: مثل: (وَإِنْ هَذِهِ أَيَّامٌ فَعَاقَبْتُمْ فَعَاقِبُوا بِمِثْلِ مَا عَوْقِبْتُمْ بِهِ وَلَئِنْ صَرَّتْ لَهُوَ خَيْرٌ لِلصَّابِرِينَ) (النحل: 126)، والخطاب هنا للنبي ﷺ.
- (12) خطاب الواحد بلفظ الاثنين: مثل: (أَقْبَلَا فِي جَهَنَّمَ كُلُّ كَفَّارٍ عَنِيهِ) (ق: 24).
- (13) خطاب الاثنين بلفظ الواحد: مثل: (...فَمَنْ رَبُّكُمَا يَا مُوسَى) (طه: 49)، فقد كان هارون موجوداً مع موسى، لكنه خصص موسى بالذكر فقط.

(14) خطاب العين والمراد به الغير: مثل: (فَإِنْ كُنْتَ فِي شَكٍّ مِمَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ فَأْسُأْلُ الَّذِينَ يَقْرَئُونَ الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكَ...) (يوس: 94)، فمن المعلوم أن النبي ﷺ ليس في شك مما يتزل عليه، وأن المشركين هم المخاطبون بالآية.

(15) خطاب التلو: وهو ثلاثة أوجه:

- أحدها: أن يخاطب ثم يخبر: مثل: (... وَمَا أَتَيْتُمْ مِنْ رِكَاهٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ) (الروم: 39).

- الثاني: أن يخبر ثم يخاطب: مثل: (... وَسَقَاهُمْ رَبُّهُمْ شَرَابًا طَهُورًا & إِنَّ هَذَا كَانَ لَكُمْ جَزَاءً وَكَانَ سَعِيكُمْ مَشْكُورًا) (الإنسان: 21).

- الثالث: أن يخاطب عيناً ثم يصرف الخطاب إلى الغير: مثل: (إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا & لِيُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ...) (الفتح: 8، 9)، وهذا على قراءة ابن كثير وأبي عمرو فإنهما قراءاً بالباء⁽¹⁾.

هذه الأنواع من الخطاب يزيدها جمالاً ورونقاً أسلوب الالتفاتات الموجود في القرآن الكريم، وهو على أنواع:

(1) الالتفات من ضمير الخطاب إلى ضمير الغيبة: نحو قوله تعالى: (هُوَ الَّذِي يُسِيرُكُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ حَتَّىٰ إِذَا كُنْتُمْ فِي الْفُلُكِ وَجَرِينَ بِهِمْ بِرِيحٍ طَيِّبَةٍ وَفَرَحُوا بِهَا جَاءَتْهَا رِيحٌ عَاصِفٌ...) (يوس: 22)، حيث خاطبهم الله سبحانه بقوله: (كُنْتُمْ)، وتغيير الأسلوب إلى الغيبة (وجرِينَ بِهِمْ).

(2) الالتفات من الغيبة إلى الخطاب: نحو قوله تعالى: (الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ & الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ & مَالِكِ يَوْمِ الدِّينِ & إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ) (الفاتحة: 2 - 5).

(3) الالتفات من التكلم إلى الخطاب: نحو قوله تعالى: (... قَالَ يَا قَوْمَ اتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ & اتَّبِعُوا مَنْ لَا يَسْأَلُكُمْ أَجَراً وَهُمْ مَهْتَدُونَ & وَمَا لَيْ لَا أَعْبُدُ الَّذِي فَطَرَنِي وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ) (يس: 20 - 22)، فقد جاء بكلامه على طريق التكلم، ثم انتقل إلى الخطاب فقال: (وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ)، وكان السياق يقتضي أن يقول (وإليه أرجع).

(4) الالتفات من الخطاب إلى التكلم: نحو قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيَمْتَتُ فَأَمْنِي بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ الَّذِي أَمْرَيَ...) (الأعراف: 158).

⁽¹⁾ انظر: الإتقان في علوم القرآن - السيوطي - 49/3، البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 455)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. ذكرياء الزميلي - (ص: 65).

(5) الالتفات من الغيبة إلى التكلم: نحو قوله تعالى: (وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ فَتُثِيرُ سَحَابًا فَسُقْنَاهُ إِلَى بَلَدٍ مَيْتٍ فَأَحْيَنَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا كَذَلِكَ النُّشُورُ) (فاطر: 9)، جرى الكلام على طريق الغيبة: (وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ)، ثم انتقل إلى طريق التكلم: (فَسُقْنَاهُ)، وكان مقتضى السياق أن يقول: (فساقه)، لكنه انتقل للتكلم ليحدث إيقاظاً ولفتاً عند هذا المقطع المهم من مقاطع المعنى.

(6) الالتفات من التكلم إلى الغيبة: نحو قوله تعالى: (إِنَّا أَعْطَيْنَاكَ الْكَوْثَرَ & فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَانْهُرْ) (الكوثر: 1، 2)، فقد جاء بالكلام على طريقة التكلم، ثم التفت إلى طريقة الغيبة في قوله تعالى: (فَصَلِّ لِرَبِّكَ)، ومقتضى السياق أن يقول (فصل لنا)⁽¹⁾. إن الذي ينبغي استثماره إعلامياً من خلال الأسلوب الخطابي في القرآن الكريم هو تطوير الخطاب الإسلامي، من خلال:

(1) تجديد طرق الفهم ومناهج التحصيل العلمي، وإشاعة روح الشريعة المتمثلة في اليسر والرحمة.

(2) نشر الخطاب المتسامح الداعي إلى الفضيلة، والمحترم للأخلاق والقيم، بعيداً عن التشنجات والعنف اللفظي.

(3) ألا يلغى هذا التنوع في الخطاب التخصص، والتخصص أيضاً لا يلغى القدر المشترك من الخطاب؛ كما أن هناك جمهوراً مشتركاً ينتظر القول والحكم والرأي، ومعرفة كل إنسان بقدراته وجمهوره سيجعله يؤدي رسالته ويتمثل دوره.

(4) الخطاب الإسلامي اليوم مطالب بأن يكتشف قبل أن يكتشف، وأن يعتبر تجربته عبر الفضائيات والإنترنت، خير محفز له للتقدم بسرعة الزمن وتحولاتة، كما أنه مطالب بالقوة والتكتل؛ ليواجه تحديات المستقبل مادياً ومعنوياً.

(5) ألا يكون الخطاب التقليدي أو المتشدد مزعجاً، أو عائقاً أمام نشاط وتمدد الخطاب المعاصر المتجدد، بل يجب اعتباره نوعاً مغايراً من الخطاب، لا يخلو من تأصيلات مفيدة، دون الانشغال بالرد والنقض له؛ لأن في ذلك تعطيل للرسالة، وتغييب للأهداف⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 820).

⁽²⁾ انظر: مقال: إيجابية التنوع في الخطاب الإسلامي - محمد بن صالح الدحيم - www.islamtoday.net/nawafeth/artshow-40-7906.htm

رابعاً: الأسلوب الاستفهامي

الاستفهام في القرآن الكريم يستمد بлагته وإعجازه من بلاغة القرآن الكريم وإعجازه، فهو فن من فنون القول يسري في أنماط الكلام، وله فوائد العديدة، المتمثلة في الكشف عن المعاني والأسرار، وعرضها بطريقة رائعة.

والاستفهام من أساليب القرآن الكريم، يأتي لطلب الفهم بأدوات مخصوصة، وليس الاستفهام حالة طارئة على التراكيب، كما أن دلالته ليست مقتصرة على نوع الأداة المستعملة، وإنما تأتي قيمته من موضعه في الحوار.

وقد ورد الاستفهام في القرآن الكريم على صورتين:

(1) الأولى: ورد على أصل معناه: وهو طلب الفهم والمعرفة، نحو قوله تعالى: (يَسْأَلُونَكَ عَنِ السَّاعَةِ أَيَّانُ مُرْسَاهَا) (النازعات: 42).

(2) الثانية: خروج الاستفهام عن أصل وضعه: لمعان أخرى تفهم من السياق، ومنها:

- الاستفهام التقريري: ويهدف إلى جعل المخاطب معتبراً ومقرأً بأمر ما، كقوله تعالى: (أَلَمْ يَجْعَلْ كَيْدُهُمْ فِي تَضليلٍ) (الفيل: 2)، فالمراد إثبات جعل كيد أصحاب الفيل في ضلال.

- الاستفهام الإنكاري: الذي يهدف لجعل المخاطب يجيب بالنفي، كقوله تعالى: (...فَمَنْ يَهْدِي مِنْ أَضَلَّ اللَّهُ ...) (الروم: 29)، أي: لا أحد يهدي من أضل الله.

- الاستفهام التوبيخي: ويهدف لجعل المخاطب يفكر ويقنع بأن ما حدث لم يكن ينبغي حدوثه، ومنه قوله تعالى: (...أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَاسِعَةً فَتَهَاجِرُوا فِيهَا...) (النساء: 97)، أي: الصواب كان في أن تهاجروا.

- الاستفهام التعجبى: الذي يهدف لبيان تعجب المتكلم من المخاطب، كقوله تعالى: (أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْإِيمَانِ وَتَنْسُونَ أَنفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تُتْلَوُنَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ) (البقرة: 44).

- الاستفهام التهويلى: وهدفه تهويل أمر ما في نفس المخاطب؛ ليخافه، ويتيقن حدوثه، كقوله تعالى: (الْحَاقَةُ & مَا الْحَاقَةُ & وَمَا أَدْرَاكَ مَا الْحَاقَةُ) (الحاقة: 1 - 3).

- الاستفهام التحضيسي: الهدف لتشويق المخاطب لفعل أمر معين، وترغيبه فيه، كقوله تعالى: (...هَلْ أَدْلُكُمْ عَلَى تِجَارَةٍ تُنْجِيُّكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ) (الصف: 10).

- الاستفهام التتبئي: بغرض تتبئه المخاطب على أمر غير مهم به، كقوله تعالى: (أَلَمْ تَرِ إِلَى رَبِّكَ كَيْفَ مَدَ الظُّلَلَ وَلَوْشَاءَ لَجَعَلَهُ سَاكِنًا ثِمَّ جَعَلَنَا الشَّمْسَ عَلَيْهِ دِلِيلًا) (الفرقان: 45).

- الاستفهام المراد به الأمر: وبهدف للأمر بشيء معين، وجاء بصيغة استفهامية لا طلبية؛ كي لا يثير العناد في نفوس المخاطبين به، كما في قوله تعالى: (إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبُغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيُصُدُّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ) (المائدة: 91)، أي: انتهوا⁽¹⁾.
- وسائل الإعلام عليها أن تفهم هذه الأنواع للاستفهام، وتجيد استخدامها وطرحها في برامجها أو نشراتها الإخبارية، فالاستفهام له فوائد، وقدرته على استبطاط المعلومات من الشخص المقابل، لاسيما إذا كان المحاور حاذقاً وبارعاً في إدارة الحوار، وصياغته بأكثر من طريقة حتى يواجه الضيف في حال محاولة التهرب من الإجابة.
- ومما ينبغي مراعاته أثناء الرسالة الإعلامية: وجوب البعد عن الأسئلة المغلقة، وهي الأسئلة التي تكون إجاباتها (نعم) أو (لا)، لأن فيها تضييقاً للحوار، ويجب الانتباه لكل كلمة تقال أثناء الحوار والإجابة على التساؤلات؛ لأن السؤال قد يتفرع عنه أسئلة أخرى، تتولد جميعها من الإجابات.

خامساً: أسلوب التذكير والدعوة للتفكير والتأمل

فقد جاء في القرآن الكريم تذكير الجمهور المخاطب والمتألق بجملة من الأمور، ودعوته للتفكير والتدبر فيها، فالتفكير والتدبر سبيل الوصول للمعرفة، ومن هذه الدعوات للتذكير والتفكير:

- (1) التذكير بنعم الله على الناس: كما في قوله تعالى: (وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَادْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءَ فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَاصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَاعَةٍ مِّنَ النَّارِ فَانْتَدَكُمْ مِّنْهَا كَذَلِكَ يَبْيَنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهَتَّوْنَ) (آل عمران: 103).
- (2) التذكير بآيات الله في الخلق والكون: كما في قوله تعالى: (إِنَّ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَيَاتٍ لِّلْمُؤْمِنِينَ & وَفِي خَلْقِكُمْ وَمَا يَبْثُثُ مِنْ دَابَّةٍ آيَاتٍ لَّقَوْمٍ يُوقِنُونَ & وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنْ السَّمَاءِ مِنْ رِزْقٍ فَأَحْيِا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَتَصْرِيفِ الرِّيَاحِ آيَاتٍ لَّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ) (الجاثية: 2 - 5).
- (3) التذكير بعقوبة الغير وهلاكم: كما في قوله تعالى: (وَنَقْدَ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ فَمَنْ هُدَى اللَّهُ وَمَنْ هُنْهُ مَنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ) (النحل: 36).

⁽¹⁾ انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 515)، الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 240).

(4) التذكير بمعية الله ونصره: كما في قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ قاتِلُوا الَّذِينَ يُلُونُكُمْ مِّنَ الْكُفَّارِ وَلَيَجِدُوا فِيهِمْ غُلْظَةً وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ) (التوبه: 123) ⁽¹⁾.

وسائل الإعلام تقع عليها مهمة تذكير الجمهور بالعديد من الأمور، سواءً في النواحي الدينية، أو الصحية، أو الاجتماعية، أو غيرها.

كما أن عليها دعوة المتنقي للتفكير والتأمل فيما حوله، وفي أحداث العالم، وهذا يتحقق من خلال برامج تأملية، كالتي تبث على بعض الشاشات الفضائية، أو برامج تحليل الأخبار، مثل: (مع الحدث، ما وراء الخبر)، وغير ذلك.

فالتأمل، والتحليل، مرتبط بالذكير؛ لأن بعض الأحداث قد يظنها الناس جديدة، فإذا ما فكروا فيها وتأملوها، وعادوا بذاكرتهم إلى الوراء، وجدوا أن لها مثيلاً، أو أن أحداث الماضي كانت مقدمةً لها، ولحوتها.

سادساً: أساليب الدعوة

الإعلام الإسلامي هو امتداد للدعوة الإسلامية، وهذه الدعوة تحتاج إلى الأساليب الجيدة الرقيقة؛ حتى تساعد الدعاة والإعلاميين في الوصول إلى نفوس المدعوين وقلوبهم.

وقد جاء في القرآن الكريم الأمر باستخدام مجموعة من الأساليب في الدعوة إلى الله، مجموعة في قوله تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَتَّدِينَ) (الحل: 125).

والإعلام الإسلامي فيه جدلية أخذ وعطاء، وحوار داخلي وخارجي، مبني على الحكم، والجمال، والموعظة، وهو ما جمعته الآية السابقة، بل إن الجدال الذي أوصى به الإسلام خير وسيلة لوضع نظام إعلامي، تكون أرضيته صلبةً، نابعةً من الدين الإسلامي وقيمته ومبادئه ⁽²⁾.

وببيان أساليب الدعوة يتمثل فيما يلي:

أولاً: أسلوب الحكم

وتعني: الإصابة في القول والعمل والاعتقاد، ووضع كل شيء موضوعه بإحكام وإنقان ⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 229)، مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الكلمة ومكانتها في الإعلام الإسلامي - عبد الله زنجير - (ص: 74) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

⁽²⁾ انظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 47)، مهارات الاتصال - راشد علي عيسى - (ص: 73)، مجلة الإسلام اليوم - مقال: سياسة الإعلام في الإسلام - عبد الهادي بو طالب - العدد (4) - (ص: 13) - 1406هـ / 1986م.

⁽³⁾ انظر: المدخل إلى علم الدعوة - محمد أبو الفتح البيانوني - (ص: 244).

والحكمة على نوعين:

- (1) حكمة علمية: وتعني: الاطلاع على بوطن الأشياء، ومعرفة ارتباط الأسباب بمسبياتها.
 - (2) حكمة عملية: وهي: وضع الشيء في موضعه الصحيح.
- وقد أمر الله باستخدام الحكمة؛ لأن مراعاتها يساعد في تحقيق أهداف الدعوة⁽¹⁾.

ومن أبرز ملامح أسلوب الحكمة:

- (1) اتباع منهج السلف الصالح في الدعوة، من خلال الحرص على التأصيل الشرعي.
- (2) اغتنام نقاط الاتفاق الموجودة؛ للبدء في الحوار، ثم الانطلاق بعدها إلى المختلف عليه من الأمور.
- (3) إنزال الناس منازلهم، ومراعاة أحواهم وقدراتهم العقلية المتفاوتة، أثناء توجيه الخطاب إليهم، مع اختيار الوسائل والأساليب التي تناسبهم⁽²⁾.

ثانياً: أسلوب الموعظة الحسنة

وهذا الأسلوب من أساليب الرسل والأنبياء في تبليغ دعوتهم إلى الله، كما في قوله تعالى: (قُلْ إِنَّمَا أَعِظُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مَثْنَى وَفَرَادَى ثُمَّ نَتَفَكَّرُوا مَا بِصَاحِبِكُمْ مِنْ جِنَّةٍ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ لَكُمْ بَيْنَ يَدِيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ) (سبأ: 46).

ويشترط لتطبيق هذا الأسلوب مجموعة من الضوابط، على النحو التالي:

- (1) استخدام الأسلوب الرقيق الذي يستميل القلوب أثناء النصيحة، واقتران الموعظة بالشعور بالمحبة والعطف، ويأتي هذا من خلال اختيار الدعاة أصحاب الرفق واللين في دعوتهم، والمحبوبين من الجمهور.
- (2) اختيار الوقت المناسب الذي تكون النفوس فيه هادئة، ويرتبط هذا في وسائل الإعلام بالدورات البرامجية، وتوزيع البرامج على فترات البث.
- (3) عدم الإطالة المملة أو الاختصار المخل أو التكرار الزائد في الموعظة.
- (4) المبادرة بالموعظة عند ملاحظة أي انحراف في السلوكيات والتصرفات، مع مراعاة البدء بالأهم فال أقل أهمية⁽³⁾.

⁽¹⁾ انظر: مجلة البيلاد السياسي - مقال: الحكمة في الدعوة إلى الله المفهوم والتطبيق - الشيخ جمال بوطنـة - العدد (846) - (ص: 39) - 2004م.

⁽²⁾ انظر: مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة - الشيخ علي خالد شربجي - (ص: 70) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

⁽³⁾ انظر: مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة - الشيخ علي خالد شربجي - (ص: 71) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

ثالثاً: أسلوب الجدال بالحسنى

الجدال: هو دفع المرء لخصمه عن إفساد قوله بحجة، أو شبهة، أو يقصد به تصحيح كلامه⁽¹⁾.

والجدال نوعان:

1) الجدال المحمود: الهدف لإظهار الحق وتقريره.

2) الجدال المذموم: الذي يكون لنصرة الباطل وإخفاء الحق، ومنه قوله تعالى: (...وَيُجادِلُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ وَاتَّخَذُوا آيَاتِي وَمَا أَنْذَرُوا هُنُّوا)

(الكهف: 56).
ورجل الإعلام عليه أن يتسلح بالنوع الأول منهما، وهو الجدال المحمود، حتى مع المخالفين له، فقد قال تعالى: (وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّ بِالَّذِي أُنْزِلَ إِلَيْنَا وَأُنْزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ) (العنكبوت: 46).

فمن خلال الاستدلال المنطقي، وال الحوار الهادئ، يتم كشف الحقائق، وإقناع الآخرين بها، وبالتالي الوصول إلى الحق بأوضح طريق وأقصره.

ويتميز هذا النوع من الأساليب ببعض الملامح، منها:

1) الدعوة إلى استخدام العقل، والأدلة العقلية خلال الحوار والجدال.

2) التدرج في الحوار والمناظرة.

3) استعمال أسلوب المقارنة بين المتقاضيات؛ حتى يتوصلا إلى بيان الصحيح من الضلال.

4) تضمين أسلوب الموعظة الحسنة مع أسلوب المجادلة بالحسنى⁽³⁾.

سابعاً: أسلوب القدوة الحسنة

وهو من أهم الأساليب وأنجح الوسائل المؤثرة على كافة النواحي، وتبهر أهميته في تربية الفرد وتنشنته على أسس سليمة في مراحل حياته المختلفة؛ لأن الناس لديهم حاجة نفسية إلى أن يشبهوا الأشخاص الذين يحبونهم ويقدرونهم، ويتحقق ذلك من خلال محاولة تقمص بعض الشخصيات.

ولأهمية أسلوب القدوة الحسنة، جاء القرآن مؤكداً له، من خلال بيان نماذج صالحة للقدوة، فقال تعالى: (لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا)

⁽¹⁾ انظر: المدخل إلى علم الدعوة - محمد أبو الفتح البیانوی - (ص: 263).

⁽²⁾ انظر: المرجع السابق - (ص: 264).

⁽³⁾ انظر: بحوث منهجية في علوم القرآن - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 202)، مباحث في علوم القرآن - مناج القطران - (ص: 296)، مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة - الشيخ علي خالد شربجي - (ص: 71) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

(الأحزاب: 21)، وقال أيضًا: (قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ...)
 (المتحنة: 4) ⁽¹⁾.

ولما كانت القدوة عاملًا مهمًا في صلاح الأجيال أو فسادهم، وجوب الاهتمام بهذا الأسلوب عبر وسائل الإعلام التي بات لها أكبر الأثر على الجمهور، فبدلاً من أن تعرض لهم نماذج المطربين والممثلين وغيرهم، بات لزاماً عليها أن تعرض نماذج للصالحين، فلماذا نعرض حياة المطرب إذا كان لدينا المنشد، ولماذا نقدم الطالح ونحن لدينا الصالح.
 فالرسالة الإعلامية في غاية الخطورة والأهمية؛ لهذا ينبغي عليها استخدام أفضل الأساليب، وتطبيقها على الوجه الأكمل الأتم.

ثامناً: أسلوب الترغيب والترهيب والإذار والتخويف

وهو أسلوب يتنق مع طبيعة الإنسان في كل المجتمعات؛ لأن الفرد إذا زاد شوقه لشيء ما، زاد اهتمامه به، والعكس صحيح.

وقد أشار القرآن الكريم إلى هذا الأسلوب، وكيفية استخدامه بالصورة الصحيحة؛ ليحقق الغرض المطلوب منه، فقال تعالى: (فَقُتْلُتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَارًا & يُرْسِلُ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مَدْرَارًا & وَيُعِدُّكُمْ بِأَمْوَالٍ وَبَنِينَ وَيَجْعَلُ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَيَجْعَلُ لَكُمْ أَنْهَارًا) (نوح: 10 - 12).

فقد دعاهم هنا للاستغفار، ورغبتهم فيه من خلال ما يترب عليه من آثار طيبة، فالتشجيع أو الترغيب قد يكون من خلال أمور مادية كالهدايا وغيرها، أو معنوية كالثناء والمدح، وثانيهما هو الأفضل في الاتباع ⁽²⁾.

وقد طبق القرآن الكريم هذا الأسلوب، من خلال الترغيب في الجنة ونعمتها، والترهيب من النار وجوحيمها، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ كَذَبُوا بِآيَاتِنَا وَاسْتَكْبَرُوا عَنْهَا لَا تُفَتَّحُ لَهُمْ أَبْوَابُ السَّمَاءِ وَلَا يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى يَلِجَ الْجَمْلُ فِي سَمَاءِ الْخَيَاطِ وَكَذَلِكَ تَجْزِي الْمُجْرَمِينَ & لَهُمْ مِنْ جَهَنَّمَ مَهَادٌ وَمِنْ فَوْقَهُمْ غَوَاشٌ وَكَذَلِكَ تَجْزِي الظَّالِمِينَ & وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَا تُكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وَسَعَهَا أُولَئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ & وَنَزَعْنَا مَا فِي صُدُورِهِمْ مِنْ غُلٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهِمُ الْأَنْهَارُ وَقَالُوا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِي لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ لَقَدْ جَاءَتْ رُسُلٌ بِنَا بِالْحَقِّ وَنَوْدُوا أَنْ تُلْكُمُ الْجَنَّةُ أُوْرِثُتُمُوهَا بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ & وَنَادَى أَصْحَابُ الْجَنَّةِ أَصْحَابَ النَّارِ أَنْ قَدْ وَجَدْنَا مَا وَعَدْنَا رَبُّنَا حَقًا وَجَدْتُمْ مَا وَعَدَ رَبُّكُمْ حَقًا قَالُوا نَعَمْ فَأَذْنُ مُؤْذَنٌ بَيْنَهُمْ أَنْ لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ) (الأعراف: 40 - 44).

⁽¹⁾ انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 282).

⁽²⁾ انظر: المرجع السابق - (ص: 295).

تاسعاً: استخدام الأحداث والظروف والمواقف

ويمكن تعريف هذا الأسلوب بأنه: استغلال حدث معين لإعطاء توجيه معين. من الطبيعي أن كل فرد يتعرض لموقف في الحياة، يظل تأثيره موجوداً في نفسه، وهذه الأحداث وآثارها تعتبر فرصةً مناسبةً يجب استغلالها لعراض بعض القيم والمفاهيم. فهذا الأسلوب يأتي عقب أحداث تهز النفس، فتجعلها أكثر قابليةً للتأثير، ويكون التوجيه أعمق وأشد أثراً في النفوس.

وقد ظهر هذا الأسلوب جلياً في القرآن الكريم، حيث كان نزوله منجماً حسب الظروف والحوادث، وكان يسوق مع كل هزيمة عبرة، ومع كل نصر درساً، ولكل موقف تحليلاً⁽¹⁾. ومثال ذلك: في حادثة الإفك، حيث جاء الحديث ليس عن الحادثة نفسها، رغم أنها استمرت شهراً كاملاً، عاشت فيه المدينة كلها حالةً من القلق والاضطراب، وبعدها نزلت سورة النور، التي عملت على تربية المجتمع، وتطهيره من الفساد، فقال تعالى: (إِذْ تَقُونَهُ بِالسِّنَّتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسِبُونَهُ هَيْنَا وَهُوَ عَنَّ اللَّهِ عَظِيمٌ & وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ & يَعْظُمُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمُثْلِهِ أَبْدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ & وَيَبْيَّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ وَاللَّهُ عَلَيْهِ حَكِيمٌ & إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تُشْيَعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ & وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ وَأَنَّ اللَّهَ رَوْفٌ رَّحِيمٌ & يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا خُطُوطَ الشَّيْطَانِ وَمَنْ يَتَّبِعْ خُطُوطَ الشَّيْطَانِ فَإِنَّهُ يَأْمُرُ بِالْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ مَا زَكَّا مِنْكُمْ مِنْ أَحَدٍ أَبْدًا وَلَكِنَّ اللَّهَ يُزَكِّي مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلَيْهِ) (النور: 15 - 21).

وهكذا ينبغي أن تكون وسائل الإعلام، يقطةً لكل ما يحدث من مواقف، مستغلةً لها في التوجيه والتأثير.

وخلصة كل ما سبق:

إن الأساليب التي استعملها القرآن الكريم كثيرة، جميعها لها أوقات استعمالها الملائمة، ونتائجها الجليلة، وبالتالي، فمن الواجب علينا "أن نغير الأسلوب التقنياً كثيراً، فننظر إليه نظرة صحيحة، وندرسه دراسةً عميقةً مستنيرةً، فالأسلوب ليس شيئاً رخيصاً، ولا شيئاً متهناً، بل يجب على حامل الدعوة أن يتقن الأسلوب كل الإنقان، فيه تنشر الدعوة، وتوضح الطريقة، وبحسن استخدامه تقاد الأمة"⁽²⁾.

ولا شك أن وسائل الإعلام اليوم بحاجة لمعرفة مرتکزات أصيلة في أساليب الحوار والدعوة، سواءً مع المخالفين أو مع الموافقين؛ حتى تحقق أفضل التمرات، وأجلّ الفوائد.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 320).

⁽²⁾ صفات الداعية وكيفية حمل الدعوة - سميح عاطف الزين - (ص: 72).

المطلب الثاني

أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن

تتعدد الأساليب الإعلامية وتتنوع، وتختلف طرق و مجالات استعمالها في الوسيلة الإعلامية الواحدة، وما بين وسيلة إعلامية وأخرى.

وحيث يكون الحديث عن الأساليب الإعلامية، فلا بد من وقفة توضّح الأهداف من استعمال هذه الأساليب؛ لأنّ معرفة الهدف وتحديد يُعدّ أمراً واجباً ضرورياً، من أجل تسهيل المهمة الإعلامية، وتحديد الأسلوب الأنسب الذي يجب اتباعه.

وبالتذقيق فيما سبق من أساليب إعلامية، نلاحظ أنها تهدف إلى:

أولاً: الأهداف الدعوية الدينية

ويتحقق ذلك عن طريق السير على الأساليب الإعلامية المختلفة التي رسمها القرآن الكريم، وكان المصدر التعليمي الأول لها؛ بغرض بناء أمة واحدة في رسالتها وقضاياها واهتماماتها، من خلال الجمع بين القواعد الرئيسية التي تحتاجها الدعوة الإسلامية والعمل الإسلامي كله في مختلف ميادين نشاطه، وهذا لا يتحقق إلا من منهج الله، ثم من حاجة المجتمع، فقد قال تعالى: (وَإِنْ أَحْكُمْ بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَاحْذَرُوهُمْ أَنْ يَفْتَنُوكُمْ عَنْ بَعْضِ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ إِلَيْكُمْ...) (المائدة: 49).

وهذه الحاجات لا تلبى إلا من خلال التنوع في الأساليب، على سبيل الجذب للجمهور، وكسر الجمود والتقليد⁽¹⁾، فمن خلال الأساليب المتنوعة، يتم التوصل إلى:

- (1) الدعوة إلى الله ورسوله.
- (2) التربية والبناء والإعداد والتدريب.
- (3) الجهاد في سبيل الله بمعناه الحقيقي الرباني المنهجي.
- (4) بناء الأمة المسلمة الواحدة.
- (5) عمارة الأرض بحضارة الإيمان⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 86).

⁽²⁾ انظر: بناء الأمة المسلمة الواحدة - د. عدنان علي رضا النحوي - (ص: 154).

ثانياً: الأهداف التربوية التعليمية

فإن الإعلام رسالة وكلمة ينبغي أن تصل إلى الجمهور؛ حتى تعدل من سلوكياته وتصرفاته، ولهذا فإنه يضع أهدافاً عامة يسعى لتحقيقها.

ومن المفترض ألا تظل هذه الأهداف مجرد نظريات وتعريفات ومصطلحات لا تطبق على أرض الواقع، بل يجب أن تمتد إلى الميادين التطبيقية العملية⁽¹⁾.

ولما كانت الأهداف تتعدد وتتنوع، تتبعاً لتنوع المجالات والقضايا التي يتحدث عنها الإعلام، كان لا بد من دراسة الأساليب، وتنوعها وتعددتها؛ حتى يتم اختيار الوسيلة الملائمة لكل هدف؛ وبالتالي تتحقق الأهداف، وتؤتي الرسالة الإعلامية ثمارها الطيبة، ويؤدي الإنسان رسالته الكاملة على هذه الأرض، (الَّذِينَ إِنْ مَكَنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَاتَّوْزَكَّا وَأَمْرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَلَهُ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ) (الحج: 41).

ثالثاً: الأهداف التوضيحية

تهدف الأساليب الإعلامية المختلفة إلى إبراز الخصائص التي يتميز بها الإعلام الإسلامي عن غيره، والتي من بينها:

(1) إنه يحمل المسؤولية في الدنيا والآخرة.

(2) إنه متوازن، عادل، دقيق، أمين.

(3) إنه يسعى بشكل دائم إلى نمو الإتقان والإحسان.

(4) إنه مرتبط بذكر الله والجوء إليه.

ولهذا، لا بد من رسم السياسات الإعلامية، و اختيار أفضل الأساليب؛ لإبراز هذه الخصائص وإيضاحها⁽²⁾، (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوِيمٍ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُفْلِذُ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ) (إبراهيم: 4).

رابعاً: الأهداف المرحلية التقويمية

تهدف الأساليب الإعلامية المختلفة إلى وجود خطط دورية للإعلام الإسلامي، سواءً أكانت خططاً سنوية، أو شهرية، أو دورية، وتحتفل هذه الخطط من مرحلة إلى أخرى، بكل مرحلة تستخدم فيها الأساليب الملائمة لها⁽³⁾.

وبعد انتهاء كل مرحلة، لا بد من عملية تقويمية، فهي عملية ضرورية لكل نشاط وكل خطوة ومسيرة، إذ ينبغي أثناء سير العلمية الإعلامية أن يكون هناك إشراف ومراجعة وتوجيه،

⁽¹⁾ انظر: بناء الأمة المسلمة الواحدة - د. عدنان علي رضا النحوي - (ص: 154).

⁽²⁾ انظر: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 90).

⁽³⁾ انظر: بناء الأمة المسلمة الواحدة - د. عدنان علي رضا النحوي - (ص: 156).

فإذا انتهت المرحلة، كان لا بد من مراجعة المسيرة كلها وتقويمها؛ للتوصل إلى مدى نجاح الأساليب الإعلامية التي تم استخدامها خلال تلك الفترة من تحقيق الأهداف، وكسب الجمهور، والتأثير فيه.

فالتحقيق ما هو إلا عملية تهدف إلى تحديد الخطأ حتى يُجتنب، وتحديد الصواب حتى يُتبَّع، وتحديد مستوى الإنقاذ فيما هو صواب.

خامساً: الأهداف الإنسانية

وتعني: الاهتمام بالإنسان، سواءً في ذلك المسلمين وغير المسلمين، فجميعهم بشر، وجميعهم لهم الحق في التوجيه والإرشاد، وتصحيح معتقداتهم وأفكارهم. ولهذا، تتنوع الأساليب الإعلامية بهدف إنقاذ أكبر عدد من البشر؛ لأن الرسالة الإسلامية عامة الناس كافة⁽¹⁾، وهدفها الرحمة بالجميع، (قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ رَسُولَ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا ذَلِكُمْ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يَحْيِي وَيُمِيتُ فَمَنْ مُؤْمِنٌ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأَمِينِ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَأَشْبِعُوهُ لِعَلَّكُمْ تَهتَّدُونَ) (الأعراف: 158).

⁽¹⁾ انظر: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 71).

المطلب الثالث

الأعداء وأساليبهم الإعلامية

إذا تحدثنا عن أساليب الإعلام، نلاحظ أن القرآن الكريم حدثنا عن مجموعة من الأعداء، منهم المنافقين، وأهل الكتاب، والمرجعيين، وكان لكل منهم أساليبه التي اتباعها للتأثير على من حوله.

وإن كان هؤلاء موجودين سابقاً، فإن لهم أتباعاً وأذناباً مستمرون حتى عصرنا الحاضر، ولهم أساليبهم في التأثير على الغير.

ولهذا، يمكننا القول إن الإعلام ينقسم في القرآن الكريم إلى فسمين:

الأول: الإعلام الإيجابي: وهو ما يمثله الأنبياء والرسل والصالحون.

الثاني: الإعلام السلبي: الذي بات يُعدّ وسيلة للاستكبار العالمي والسيطرة على الشعوب.

وجولة سريعة بين آيات القرآن الكريم، كفيلة بأن تكشف لنا الأساليب التي اتباعها الأعداء في إعلامهم ومواجهتهم للمسلمين، ومنها:

ما ورد في قوله تعالى: (وَلَا يُذْلِّنَاهُمْ وَلَا مُنِيبُهُمْ فَلَيَتَكُنْ آذَانُ الْأَنْعَامِ وَلَا مُرَنَّهُمْ فَلَيَغِيِّرُنَّ خَلْقَ اللَّهِ وَمَنْ يَتَّخِذُ الشَّيْطَانَ وَلِيَّا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَقَدْ خَسِرَ خُسْرَانًا مُّبِينًا & يَعْدُهُمْ وَيُمْنِيهُمْ وَمَا يَعْدُهُمُ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا) (النساء: 119، 120).

وكذلك قوله تعالى: (وَاسْتَفْزِرْ مَنْ أَسْتَطَعْتَ مِنْهُمْ بِصَوْتِكَ وَأَجْلِبْ عَلَيْهِمْ بِخَيْلِكَ وَرَجْلِكَ وَشَارِكْهُمْ فِي الأَمْوَالِ وَالْأُوْلَادِ وَعَدْهُمْ وَمَا يَعْدُهُمُ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا) (الإسراء: 64).

أولاً: التضليل الإعلامي الفكري

ويعني: عملية غرس بعض المفاهيم التي تؤدي بالخصم للاقتناع بأفكار معينة، لا تعبر عن الحقيقة، ولكن من مصلحة من يقوم بعملية التضليل أن يقتنع خصميه بها.

وله وسائل متعددة، منها: افتعال الأزمات، نشر ثقافة العنصرية، الكذب وإخفاء الحقائق، نشر الكتب المضللة، عرض الأفلام والمسرحيات والرسوم الكرتونية المسيئة.

ويتم التسلل لبعض الحقول بعرض التضليل الإعلامي من خلالها، مثل: المدارس والجامعات، الأندية، الهيئات السياسية والاجتماعية، وسائل الإعلام المختلفة، الجمعيات، وغيرها⁽¹⁾.

⁽¹⁾ انظر: أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها - عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني - (ص: 229)، الحرب النفسية الحديثة - د. خليل إبراهيم حسونة ود. مروان حمدان الصالح - (ص: 201).

ثانياً: الإغواء والوعود الكاذبة

فإن الإعلام المضلل يؤمل الجمهور بالوعود والإغراءات وطرق الإغواء الكاذبة، حيث يعدهم بالأمانى الزائف والأموال الخيالية، ويؤملهم بالبقاء وطول الأمل، وكل هذا إنما هو باطل وغرور.

و ضمن الإغواء الكاذب، يأتي التلون والتلمق، فالعدو مكلف بأداء دور معين، يسعى لتحقيقه بأي أسلوب، فلا مانع لديه من الخضوع لهذا، أو مدح من لا يستحق المدح، وغير ذلك؛ حتى يحقق مهمته بنجاح، حتى وإن كان ذلك على حساب كرامته، هذا إن كان لديه كرامة⁽¹⁾.

ثالثاً: الاستفزاز

ويعني: الإزعاج والاستهلاص بخفة وإسراع، وذلك أن العدو يخترع أساليب تجعل المتنقي لا يتعامل معها بعقل ولا بحكمة، وهذا عن طريق:

- الصوت: ومنه: الإعلام المرئي والمسموع الذي أصبح من أهم وأخطر أسلحة الشيطان.
- التضليل وتشويه الحقائق: كما يحصل في الفضائيات التي تتحدث عن وقائع دون أخرى.
- تزيف الحقائق وإظهارها للعالم مخالفة الواقع⁽²⁾.

رابعاً: الإجلاب

ويعني: جمع ما يقدر عليه من المكائد والحيل، ويتم من خلال القوى العسكرية التي تستخدم لإرهاب الشعوب والسيطرة عليها، ومنه بحر الدماء الذي يجري في العراق وفلسطين وأفغانستان وغيرها، على يد الجيش الأمريكي والإسرائيلي، بحجية القضاء على الإرهاب، وهي في حقيقتها حرب على الإسلام وأهله⁽³⁾.

خامساً: المشاركة في الأموال والأولاد

وهذا يشمل جانبيين:

- الجانب الاقتصادي: المتمثل في موارد الطبيعة المختلفة، وتزيينها للبشر، (زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهْوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقُنَاطِيرِ الْمُقْنَطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثُ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ) (آل عمران: 14)⁽⁴⁾.
- الجانب الاجتماعي التربوي: ويشمل الأولاد، من خلال محاولة إفساد عقول الأجيال الصاعدة، وجعلهم أتباعاً للغرب، حتى صاروا يقلدونهم تقليداً أعمى، بدعوى الموضة

⁽¹⁾ انظر: مقال: الإعلام في القرآن الكريم - الشيخ مؤيد الخزرجي - <http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>

⁽²⁾ انظر: المرجع السابق.

⁽³⁾ انظر: المرجع السابق.

⁽⁴⁾ انظر: أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها - عبد الرحمن حسن جبكة الميداني - (ص: 238).

والحرية وغيرها، وذلك يتحقق من خلال نشر الثقافة التي يتبناها الغرب، وطمس حضارة الإسلام، ومحو العادات والتقاليد المنظمة للسلوك الاجتماعي، وغير ذلك.

سادساً: نشر الشائعات

والشائعة هي: محض اختلاق يتناوله الناس من مصدر لا أساس له من الواقع، أو تعمد المبالغة والتهويل، والتشويه في عرض خبر بأسلوب مغاير للحقيقة⁽¹⁾.

وليست كل شائعة سيئة، ولكن أخطر ما في إشاعةسوء، سرعة انتشارها بالتناقل الشفوي؛ بهدف إحداث تأثير معنوي في الآخرين لتحقيق غرض معين.

أما وسائل نقل الشائعات: فأقواها الكلمة، ثم الحركة، ولها في معظم الأحيان وقع أشد من الكلمة، كحركات النفي القاطع، والبناء الجازم، والتهديد والوعيد والخبر السعيد⁽²⁾.

وقد حرم الإسلام إشاعاتسوء، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يُحْبُّونَ أَنْ تُشْيِعَ الْفَاحِشَةُ فِي الدِّينِ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (النور: 19).

والشائعات على ثلاثة أنواع:

(1) شائعات الخوف: والتي تهدف لإثارة الذعر والقلق بين الناس، وهي أخطر أنواع الإشاعات، وقد تؤدي إلى الذعر الكامل، مثل: إشاعة مقتل النبي ﷺ يوم أحد.

(2) شائعات الأمل أو الرغبة: التي ينشرها الحاقدون؛ للحط من قدر من يقاوم باطلهم، وللإيقاع بينهم، وقد تمثل هذه الإشاعات أحاديثاً أو أشخاصاً، ومن أمثلتها: ما أشاعه المشركون بين المهاجرين إلى الحبشة من تحسين الأحوال، والمصالحة بين المشركين والمسلمين في مكة زوراً وبهتاناً، وما أشاعوه في عمرة القضاء من ضعف المسلمين وهزائمهم، فأمرهم النبي ﷺ بالهرولة في السعي والطواف؛ إظهاراً للقوة، وقد لا تكون هذه الشائعات ضارة، لكنها غير سارة؛ لأن دراجها تحت دائرة الحرب النفسية.

(3) شائعات الكراهة أو الحقد: ومن أوضحتها ما افترته قريش على النبي ﷺ وأصحابه، حين اتهموه باتهامات باطلة، وافتراطات كاذبة، امتدت لتشمل زوجه السيدة عائشة t في حادثة الإفك، (إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عَصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسِبُوهُ شَرًا لَّكُمْ بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبْتُمْ مِّنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّ كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (النور: 11).

⁽¹⁾ انظر: استراتيجية الإعلام العربي - د. السيد عليوة - (ص: 189)، استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 43)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 131)، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع - محمد بن دغش سعيد القحطاني - (ص: 12).

⁽²⁾ أساليب الغزو الفكري - د. علي محمد جريشة ومحمد شريف الزيبيق - (ص: 70).

(4) الشائعات الوهمية: كالإعلان عن أعداد مبالغ فيها من القتلى والجرحى في الحرب⁽¹⁾.

عوامل انتشار الشائعات:

(1) عدم ثبات المجتمع المعاصر وتغيره، أدى لزيادة انتشار الشائعات، خاصةً مع انتشار الجرائد وغيرها.

(2) قلة المعلومات المتوافرة عن موضوع معين أو انعدامها، لاسيما في أوقات الحروب.

(3) أن تمس أو جاॻع الشعب وطموحاته وآماله حول قضية معينة.

(4) أن تتضمن محوراً أو أكثر يرتكز على حدث صحيح في المجتمع.

(5) التعرض لبعض الأزمات والضغط الخارجي، مع افقاد الحكمة في معالجة هذه الأمور، وإخراج الأمة من أزمتها.

(6) أهمية الموضوع عند الناقل والمنقول إليه وهمما قطبا العملية الترويجية.

(7) مدى التطابق بين موضوع الشائعة والاهتمام الفكري أو العاطفي للأفراد والجماعات ، فالرجال مثلاً أكثر تصديقاً لشائعات الغلاء، والنساء أكثر تجاوباً مع ما يذاع عن الأزياء.

(8) مقدار الثقة بالناقلين تبعاً للصداقة والتالُف معهم، فيزداد التصديق حال المحبة، والعكس صحيح⁽²⁾.

موقف الإعلام الإسلامي من شائعات السوء:

ظهور الشائعات يأتي نتيجة للإعلام غير المشبع، وصعوبة الوصول المباشر إلى مصادر الإعلام، وفقدان الثقة، أو وجود رقابة سيئة.

وموقف الإسلامي من شائعات السوء، ونشر أخبار الجريمة، موقف واضح وصريح، فهو يرفض تلك الشائعات رفضاً قاطعاً، ويفرض الرقابة عليها من خلال:

(1) التأكد من شخصية الناقل للشائعة: كما جاء في قوله تبارك وتعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنَّ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِيبُوهُ عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6).

(2) تشكيل عيادات للشائعات: من خلال تشكيل لجان، مهمتها الكشف عن الشائعات، ومواجهتها.

⁽¹⁾ انظر: الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع - محمد بن دغش سعيد الفحياني - (ص: 46).

⁽²⁾ انظر: الحرب النفسية الحديثة - د. خليل إبراهيم حسونة ود. مروان حمدان الصالح - (ص: 110)، علم اجتماع الاتصال والإعلام - د. غريب سيد أحمد - (ص: 183، 191)، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع - محمد بن دغش سعيد الفحياني - (ص: 55).

(3) سخاء الأجهزة الرسمية ببيت معلومات تفصيلية: وينبغي لهذه المعلومات أن يكون بإمكان الجمهور الاطلاع عليها بسهولة.

(4) تجهيز حملة ضد نقل الشائعات: وذلك بوصفها أداة ماكرا في دعاية العدو، تهدف لتحطيم الروح المعنوية⁽¹⁾.

سابعاً: تشويه الحقائق والتشكيك فيها

وهي نقطة مهمة يركز عليها الأعداء، حيث يظهرون الحقائق الناصعة والتحركات الإسلامية بمظهر مشوه، ويحاولون توجيه أنظار الناس إلى سلبيات تطفو على السطح؛ نشأت لأسباب غير مقصودة، أو بصورة طبيعية، أو لأخطاء لم تكن في الحسبان، أو قد يتغافلون قضية عقائدية فيها مجال للتأويل، فيثرون الشبهات حولها بطريقة لا تجلب الانتباه إلى سوء نياتهم، مما يؤدي إلى خلق عنصر الشك والارتياح في النفوس⁽²⁾.

ومن هذا التشكيك، ما كانوا يتبعونه مع الرسل والأنبياء سابقاً، من حيث التشكيك فيهم وفي صدق رسالتهم: (قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ اسْتَكْبَرُوا مِنْ قَوْمِهِ لِلَّذِينَ اسْتُضْعِفُوا لِمَنْ أَمَنَ مِنْهُمْ أَتَعْلَمُونَ أَنَّ صَالِحًا مُرْسَلٌ مِّنْ رَبِّهِ قَالُوا إِنَّا بِمَا أُرْسِلَ بِهِ مُؤْمِنُونَ) (الأعراف: 75).

ويندرج تحت هذا: دس الأفكار المنحرفة والمفاهيم الخاطئة: حيث يحاولون تقديم الإسلام إلى الناس بصورة مشوهة، ومفاهيمه بشكل محرف، ويسيرون في تحقيق ذلك بخطى هادئة، يدخلون شيئاً أو يُخرجون شيئاً من الحقائق، ثم يتتوسعون بعد أن يعتاد الناس على الشكل الجديد في تحريف المفهوم، وعند نهاية المطاف تصبح الفكرة الإسلامية بصياغة متعارضة مع الصياغة الإلهية.

ثامناً: إثارة الاختلاف والنزاعات بين العناصر الإسلامية

حيث يعمل المنافقون على تقسيم القوى المتحدة، وتبديد الطاقات المؤمنة، وإثارة الخلافات الجانبية فيما بينها، ولو نجح هذا الأسلوب، فإنه سيؤدي إلى هزيمة شديدة بال المسلمين، يصبح بعدها العدو هو المسيطر بلا منازع.

⁽¹⁾ انظر: مقال: الإعلام في القرآن وموقفه من شائعات السوء: محمد محمود كalso، www.dahsha.com/viewarticle.php?id=6710

⁽²⁾ انظر: المنهج الحركي للسيرة النبوية - منير محمد الغضبان - (ص: 56)، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي ضرورة - عادل رفاعي خفاجة - (ص: 1423) - ذو الحجة 1423هـ / فبراير 2003م، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي في مواجهة الدائرة الدعائية الثانية، دعاية أهل الكتاب - أ. حسن علي العنبيسي - (ص: 638) - جمادى الأولى 1403هـ / فبراير ومارس 1983م.

لهذا كان التركيز الرباني الدائم على الوحدة، وعدم إطاعة هذا العدو: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ تُطِيعُوا الَّذِينَ كَفَرُوا يَرُدُوكُمْ عَلَىٰ أَعْقَابِكُمْ فَتَتَّقَبَّلُوا خَاسِرِينَ) (آل عمران: 149) ⁽¹⁾.

كما قد يضاف إلى هذه الأساليب القرآنية ما يلي:

أولاً: استخدام الجواسيس والقوى الباطنة

إذ إن بعض الغرب، لا يظهرون مباشرةً على الساحة، بل يجعلون غيرهم في الواجهة، ويقوم بعرض أفكارهم، وهؤلاء يمثلون القوى الباطنة والجاسوسية للغرب، بحيث يعتمدون عليهم في تمرير مخططاتهم، وترسيخ ملتهم وسلطانهم ⁽²⁾.

ومثال ذلك: قناة الحرة، التي ظهرت بين القنوات الإعلامية المختلفة، ناطقة بالعربية، ويعمل فيها المذيعون العرب، لكنها تخدم الأهداف الأمريكية الصهيونية؛ وهي تجذب الصحفيين والإعلاميين للعمل فيها، فإنها تعرض عليهم مبالغ ضخمة من الأموال كأجر شهري، مقابل العمل فيها.

ثانياً: الحرب النفسية أو العبث النفسي

ويرى الكتاب الغربيون أن الحرب النفسية ظاهرة نتجت عن الحروب العالمية، لاسيما الحرب العالمية الثانية، ويعتبر (غلوبيز) وزير إعلام هتلر هو المؤسس لهذه الحروب ⁽³⁾. وهذه الحرب لها مكانة خاصة في الاستراتيجيات التي يضعها العدو اليوم، ومثال ذلك: ما يتم ترويجه عن الجيش الإسرائيلي بأنه الجيش الذي لا يُقهَر، وتشكيك الفلسطينيين وغيرهم في القدرة على الانتصار عليه.

وقد ظهر ذلك في حرب الفرقان، حين كان الإعلام الصهيوني يخترق موجات إذاعة وفضائية الأقصى، فيبيت بياته العسكرية، وينشر صوراً لقادة حماس مشيراً أن وقت مقتلهم قد اقترب، أو نشر صور لدخان أبيض ينتشر، ثم كلام يكتب بأن المقاومين لم يستعدوا لمثل هذه القوة، في إشارة إلى القنابل الفسفورية التي تم استعمالها.

ومن وسائل الحرب النفسية:

(1) الأهزة و الشعارات الهجومية: وتعتبر من أهم العوامل التي تقوّي معنويات الجيش، وتضعف معنويات العدو.

⁽¹⁾ انظر: مقال: النفاق والمنافقون - مقداد محمد - www.balagh.com/mosoa/tablg/xp0o32hc.htm

⁽²⁾ انظر: مقال: الإعلام في القرآن الكريم - الشيخ مؤيد الخرجي - <http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>

⁽³⁾ انظر: الحرب النفسية الحديثة - د. خليل إبراهيم حسونة و د. مروان حمدان الصالح - (ص: 1).

(2) الشعر المقاتل والحماسي: فمن النادر أن يكون هناك حرب في تاريخ الإسلام لم يستخدم فيها الشعر أداةً لأضعاف معنويات العدو.

(3) الظهور بالقوة: نهى القرآن الكريم عن الكبر والخيلاء، قوله تعالى: (وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرُقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولاً) (الإسراء: 37)، لكن هذا يعتبر محموداً في المواجهة مع العدو، ومن هذا سلوك أبي دجانة الذي أتى عليه النبي ﷺ، حين ربط رأسه في إحدى الغزوات بالعصبة الحمراء، وأخذ يمشي متختراً في مشيته. وإن كان هذا الأسلوب مشرعاً في الإسلام، إلا أن العدو استغله لمحاجمة المسلمين، وإضعاف روحهم المعنوية، والسيطرة عليهم⁽¹⁾.

ثالثاً: الدعاية

حيث يعمل العدو على ترويج الدعاية والإعلان في عالم الاقتصاد والمعيشة، فيدعون مثلاً أن زيتهم صاف وليس كغيره من الزيوت العكرة، مستخدمين في ذلك العبارات، والصور المؤثرة، والموسيقى وغير ذلك، مما يجذب الكبار والصغار، ويظل عالقاً على ألسنتهم يرددونه باستمرار.

وقد تكون هذه الدعاية من خلال الصحافة والرسوم الكاريكاتيرية الساخرة، التي تبلغ حدَّ السلاح في المعارك، مثل: (جريدة المضحك المبكي) في سوريا، و(جريدة البعكولة) في مصر. وتختلف الدعاية عن الإعلام، ففي حين يسعى الإعلام إلى اليقظة والنمو والتكيف الحضاري غالباً، فإن الدعاية لا يهمها سوى تحقيق غايات معينة، قد تكون من خلال تخدير الجمهور، والعبث بهم عن طريق القصص الخرافية، والصور العارية، والأكاذيب المتكررة⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: استراتيجية الإعلام العربي - د.السيد عليوة - (ص: 183)، الإعلام الدولي في العصر الحديث - د.عبد الله محمد زلطة - (ص: 43)، أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها - عبد الرحمن حسن جبنكة الميداني - (ص: 232).

⁽²⁾ انظر: استراتيجية الإعلام العربي - د.السيد عليوة - (ص: 168)، الإعلام الدولي في العصر الحديث - د.عبد الله محمد زلطة - (ص: 29)، الحرب النفسية الحديثة - د.خليل إبراهيم حسونة ود.مروان حمدان الصالح - (ص: 60)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د.زاهر زكار - (ص: 133)، مدخل إلى علم الاتصال - د.منال طلعت محمود - (ص: 175).

المطلب الرابع

الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية

لما كان القرآن الكريم كتاباً سماوياً من لدن حكيم خبير، فقد جاء في أبلغ الأساليب وأجملها، حاملاً بين آياته و كلماته تأليفاً منقطع النظير، وتركيباً في غاية الحسن والرونق. ولما كنا قد تحدثنا فيما سبق عن الأساليب التي استعملها القرآن الكريم، والأهداف من هذه الأساليب، كان لا بد لنا من وقفة حتى تتكامل الصورة، ويتكمّل الخطاب، هذه الوقفة مع الملامح الجمالية والجوانب الفنية في الأساليب القرآنية الإعلامية.

ولما كان القرآن الكريم أسمى من أن تحيط به علوم البشر وجهودهم، فإن الصفات التالية تسلط الضوء على بعض الملامح والجوانب الفنية وطرق التأثير في السياسات الإعلامية، والتي يمكن بيانها فيما يلي:

أولاً: القسم في القرآن

تكرر القسم في القرآن الكريم بصورة كبيرة، وهو يعني: الحلف، ويعني به لأجل تحقيق المقسم عليه، وتأكيده للشاك أو المتردد أو المنكر.

وللقسم أركان، تتمثل في: المقسم، والمقسم عليه، والمقسم به، وأداة القسم، والغرض من القسم.

وقد تعدد المقسم به في القرآن الكريم، فتارةً كان القسم بالذات الإلهية، ومرةً أخرى كان ببعض الكواكب أو النجوم أو الأوقات، وأحياناً كان القسم بالنبي ﷺ، وغير ذلك كثير.

ومن لطائف القسم في القرآن الكريم، وجود علاقة ترابطية بين المقسم به والمقسم عليه، استلزمت ارتباطهما، ومثال ذلك: قوله تعالى: (وَالنَّجْمُ إِذَا هَوَىٰ & مَا ضَلَّ صَاحِبُكُمْ وَمَا غَوَىٰ) (النجم: 1، 2).

فقد أقسم تعالى بالنجم، أي الكوكب الذي يضي السماء ليلاً ويخنق نهاراً، أما المقسم به فكان نفي الضلال والغي عن النبي ﷺ، ووجه الصلة بينهما أن النجم عند الميل (إذا هوى)، يهتدى به الساري، كما أن النبي ﷺ يهتدى به الناس؛ لأنه لا ينطق عن الهوى، بل هو وحي يوحى⁽¹⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإنقاذ في علوم القرآن - السيوطي - 36/4، البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 542)، بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 197)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 290).

وأسلوب القسم من وسائل تأكيد المعلومات، لاسيما مع الشاك والمتردد والمنكر كما قدمنا، ولكن شريطة ألا يكثر استعماله؛ كي لا يقع مستخدمه في الزلل والخطأ.

وقد ذكرنا سابقاً أن المسئولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام تتطلب منهم عدم الإكثار في القسم⁽¹⁾؛ حتى لا يكونوا كمن قال تعالى فيهم: (وَلَا تَتَخَذُنَا أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا بَيْنَكُمْ فَتَنَزِّلُ قَدْمًا بَعْدَ ثَبُوتِهَا وَتَدْعُقُوا السُّوءَ بِمَا صَدَدْتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (النحل: 94).

ثانياً: التكرار في القرآن

التكرار هو: توافر لفظي أو معنوي، من خلال عرض المعلومات المتصلة بموضوع معين بأساليب ووسائل مختلفة؛ بهدف جذب انتباه الناس، والتأثير عليهم⁽²⁾. وقد جاء التكرار في القرآن الكريم بصورة فنية بلاغية، لها فوائد她 الجليلة، وأنواعها العديدة، ومنها:

(1) تكرار الجملة الواحدة أكثر من مرة في نفس السورة: كما في سورة الرحمن من تكرار قوله تعالى: (فِيَأَيِّ الْأَرِبَّكُمَا تَكْنَبَانِ) (الرحمن: 13)، فقد تكررت واحداً وثلاثين مرة.

(2) تكرار الشرط: مثل تكرار (إذا) في النصف الأول من سورة التكوير: (إِذَا الشَّمْسُ كُورَتْ & وَإِذَا النُّجُومُ انْكَدَرَتْ & وَإِذَا الْجِبَالُ سَيَرَتْ & وَإِذَا الْعِشَارُ عُطَلَتْ & وَإِذَا الْوُحُوشُ حُشِرتْ & وَإِذَا الْبِحَارُ سُجِرَتْ & وَإِذَا النُّفُوسُ زُوِّجَتْ & وَإِذَا الْمُوَوْدَةُ سُلِّتْ & بِأَيِّ ذَنْبٍ قُتِّلتْ & وَإِذَا الصُّحُفُ نُشِرتْ & وَإِذَا السَّمَاءُ كُشِطَتْ & وَإِذَا الْجَحِيمُ سُعِرَتْ & وَإِذَا الْجَنَّةُ أُزْلِفَتْ) (التكوير: 1 - 13).

(3) تكرار مفردة: كما في تكرار لفظ (الناس) في قوله تعالى: (قُلْ أَعُوذُ بِرَبِّ النَّاسِ & مَلِكِ النَّاسِ & إِلَهِ النَّاسِ & مِنْ شَرِّ الْوَسْوَاسِ الْخَنَّاسِ & الَّذِي يُوَسِّعُ فِي صُدُورِ النَّاسِ & مِنَ الْجِنَّةِ وَالنَّاسِ) (الناس: 1 - 6).

(4) تكرار الصوت في الآية الواحدة، مثل: (... وَخَشَعَتِ الْأَصْوَاتُ لِرَحْمَنِ فَلَا تَسْمَعُ إِلَّا هَمْسَا) (طه: 108)، فقد تكررت الأصوات المهموسة (حتى شخص فكت)، بما يتاسب مع مشهد الخشوع والهمس بالصوت الرقيق.

(5) تكرار الأساليب أو ما يسمى (أسلوب الفترة): إذ إن هناك بعض الأساليب التي تتكرر في السور المكية ولا تتكرر في السور المدنية، كالشرط والشرط، حتى صار هذا من ضوابط معرفة المكي والمدني.

⁽¹⁾ انظر: الفصل التمهيدي – المبحث الثالث – (ص: 26).

⁽²⁾ انظر: الإعلام في القرآن الكريم – د. محمد عبد القادر حاتم – (ص: 264).

(6) **تكرار القصة:** فقصة آدم وإيليس تتكرر مرات عدّة في القرآن، وكذلك قصة موسى التي كانت أكثر القصص تكراراً في القرآن الكريم، وفي كل مرة كان هناك بعض الجوانب الفنية والمعنوية وال عبر، التي تختلف عن سابقتها.

ويلحق بالتكرار: أسلوب الجناس التام، حيث إن فيه تكراراً للكلمة الواحدة، مثل قوله تعالى: (وَيَوْمَ تَقُومُ السَّاعَةُ يُقْسِمُ الْمُجْرُمُونَ مَا لَبِثُوا غَيْرَ سَاعَةٍ كَذَلِكَ كَانُوا يُؤْفَكُونَ) (الروم: 55) ⁽¹⁾.

وسائل الإعلام يمكنها الاستفادة من التكرار في عملها، فالنشرات الإخبارية ما هي إلا تكرار للأنباء طوال اليوم، إلا ما يستجد من أخبار عاجلة في أثناء النهار أو الليل، وموضوعات البرامج قد تداخل فيما بينها، بل إن بعض البرامج يتم تكرارها في الدورات البرامجية المختلفة، أو يتم بيعها من محطة فضائية إلى أخرى.

والتكرار في حد ذاته ليس عيباً، لكن العيب أن يكون التكرار بصورة تقليدية جامدة، بنفس العبارات والأنمط دون ابتكار أو تجديد فيها.

ثالثاً: التناسق الفني في القرآن

ويقصد به: التناسق في أسلوب نظم الكلمات والعبارات؛ حتى تكون متناسبة على نسق واحد، ونظام واحد، متناسبة في النظم ومتاسبة في الفقرات، لها إيقاع وجرس موسيقي حسن ⁽²⁾.

وقد شغل العلماء بهذا الموضوع، الذي تعدد أنواعه في القرآن، فكان منها:

(1) **التناسق في رسم إطار السورة مع موضوعها:** كما في سورة الضحى، وتناسب جو الحنان والرحمة مع كلمات تلك السورة وفواصلها ⁽³⁾.

(2) **التناسق بين المشهد ومدة عرضه:** من ناحية استخدام حروف العطف التي تقييد الترتيب والتعقيب في المشاهد القصيرة، وحروف العطف التي تقييد الترتيب والتراخي في المشاهد الطويلة ⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ انظر: الإعلام نشأته وأساليبه وسائله ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 25)، الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 265).

⁽²⁾ انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 49).

⁽³⁾ انظر: التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 125)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 49).

⁽⁴⁾ انظر: التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 123)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 50).

(3) تناسق الكلمات مع سياق الآية: وهذا يرتبط بالدقة في استعمال الألفاظ، وقد تم الحديث عنه وبيانه فيما سبق⁽¹⁾.

(4) التناسق بين فاصلة الآيات وموضوعها: وهذا على أنواع:

- علاقتها بقرينتها: وهو على أربعة أقسام: التمكين، التصدير، الإيغال، التوشيح.
علاقتها بالمقطع الذي وردت فيها: وهذا على نوعين: الختام بطريقه معينة من خلال تكرار بعض اللازمات، كما في سور القمر، والرحمن، والمرسلات، أو علاقة الإيقاع الموسيقي الذي يقتضيه سياق الآيات.

علاقتها بالسورة: من خلال تعلق فاصلة آخر السورة بالجو العام لها، أو تعلق ختام السورة ببدايتها، أو تعلقها موسيقياً بجو السورة.

- علاقتها بمجموع القرآن الكريم: من خلال:

أولاً: غلبة فواصل النون الساكنة المتتابعة بواو أو ياء.

ثانياً: غلبة الوقف على السكون على سائر الفواصل الأخرى.

ثالثاً: اطراد بعض الفواصل في سور القرآن وآياته جمیعاً⁽²⁾.

هذا ولم نُفصل الباحثة في الحديث عن هذه الأقسام، وضرب أمثلة لها من القرآن الكريم؛ نظراً لوجود العديد من الكتب، والرسائل الجامعية، التي باتت تتناول موضوع الفاصلة القرآنية بالتفصيل والتحليل، فمن أردا الاستزادة فليرجع إليها في مواطنها.

وبالانتقال إلى وسائل الإعلام، فإن عليها أن تستبط ملامحها الجمالية من القرآن الكريم، فتسعى لإيجاد عناوين مرتبطة ومتناسبة مع الموضوعات المطروحة سواءً في الأخبار أو في البرامج، وأن تراعي جوانب التنسق بين طول العنوان وطول الخبر أو مدة الحلقة، وبين كلمات العنوان فيما بينها، وهكذا.

ولا مانع في أن تختر العناوين للبرامج أو الحلقات، بل وحتى الأخبار ذات جرس موسيقي؛ لأنه أكثر جذباً للسامع، ولو كان فيه عيباً لما استخدمه القرآن الكريم. ويرتبط بهذا، أن تتعمق وسائل الإعلام والقائمين عليها في الدلالات اللغوية والصوتية؛ لتنستفيد من وقع الأصوات في اختيار الكلمات، وانتقاء العبارات الملائمة مع الموضوع.

⁽¹⁾ انظر: الفصل الثاني - المبحث الأول - المطلب الثاني - (ص: 98).

⁽²⁾ انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 65)، التصوير الفني في القرآن - سيد قطب -

(ص: 108)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. ذكرياء الزميلي - (ص: 52).

رابعاً: المدخل المثير للانتباه والبداية الملفتة

وحتى ندرك المقصود من هذا المظهر الجمالي، نتوقف مع كيفية استفتاح السور في القرآن الكريم، والذي كان على النحو التالي:

(1) الاستفتاح بالثناء: وهو نوعان:

- إثبات لصفات المدح: نحو (الحمد لله) في خمس سور، هي: (الفاتحة، الأنعام، الكهف، سباء، فاطر)، و (تبارك) في سورتين، هما: (الفرقان، تبارك).

- نفي وتزييه من صفات النقص: نحو: (سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ...) (الإسراء: 1)، قوله أيضاً: (سَبَّحَ اسْمَ رَبِّكَ الْأَعْلَى) (الأعلى: 1).

(2) الاستفتاح بحروف التهجي: وذلك في تسع وعشرين سورة من سور القرآن، نحو: (الم، حم، عسق، ق، ص، ... إلخ).

(3) الاستفتاح بالنداء: وذلك في عشر سور من القرآن، نحو: (يأيها الذين آمنوا، يأيها النبي، ... إلخ).

(4) الاستفتاح بالجمل الخبرية: وقد جاء في ثلاثة وعشرين سورة، مثل: (عَبْسَ وَتَوْلَى) (عبس: 1)، قوله أيضاً: (أَهَاكُمُ التَّكَاثُرُ) (التكاثر: 1).

(5) الاستفتاح بالقسم: في خمس عشرة سورة، مثل: (وَالسَّمَاءُ ذَاتُ الْبُرُوجِ & وَالْيَوْمُ الْمَوْعُودُ & وَشَاهِدٌ وَمَشْهُودٌ) (البروج: 1 - 3)، قوله أيضاً: (وَالْتَّيْنِ وَالزَّيْتُونِ & وَطُورِسِينِينَ & وَهَذَا الْبَلَدُ الْأَمِينُ) (التين: 1 - 3).

(6) الاستفتاح بالشرط: وقد ورد في سبع سور، منها: (إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَاتِلُوا نَشَهِدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشَهِدُ إِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَكَاذِبُونَ) (المنافقون: 1).

(7) الاستفتاح بالأمر: في ست سور، منها: (قُلْ يَا أَيُّهَا الْكَافِرُونَ) (الكافرون: 1).

(8) الاستفتاح بالاستفهام: في ست سور، منها: (أَلَمْ نَشْرُحْ لَكَ صَدْرَكَ) (الشرح: 1).

(9) الاستفتاح بالداعاء: في ثلاثة سور، منها: (تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ) (المدح: 1).

(10) الاستفتاح بالتعليق: في موضع واحد، هو قوله تعالى: (لَا يَلِافِ قَرِيشٍ) (قرיש: 1)⁽¹⁾.

وهذا التنوع والتعدد في طرق الاستهلال أمر طبيعي؛ لبيان إعجاز القرآن الكريم، وإظهار الجانب الفني في براعة الاستهلال، إضافة إلى مراعاة الجذب والتثبيق لما يأتي بعدها⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 117)، مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقطي - (ص: 49).

⁽²⁾ انظر: الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها - د. يحيى علي الدجني - (ص: 274).

فمن المعلوم أن البشر تمل من سماع نفس البداية، أو نفس الخاتمة، وقد تحفظها مع تكرار سمعها أكثر من مرة.

وبالانتقال من القرآن الكريم إلى وسائل الإعلام، نلاحظ أنها استفادت من هذا التنوع في الاستهلال، فتعددت المقدمات التي تبدأ بها البرامج، على النحو التالي:

1) **المقدمة الحوارية:** وتقوم على محاولة خلق نوع من الصراع بين أطراف الخبر، مثل: مواطن ومسؤول.

2) **المقدمة المجازية:** وتقوم على استخدام المجاز، مثل: (الملف الأسود لحكومة شارون).

3) **مقدمة الحكمة:** وتعتمد على مثل شعبي، أو حكمة مؤثرة، مثل: (إذا أفلس التاجر فتش في دفاتره القديمة، هذا هو حال وزارة التموين بعد التعديل الوزاري الأخير).

4) **المقدمة المباغطة:** وت تكون من جملة قصيرة مفاجئة، تشد الانتباه وتجذب اهتمامات القارئ، مثل: (مرشح يطلق الرصاص على الأهالي عند تأديتهم لواجبهم الانتخابي).

5) **مقدمة الحدث (المقدمة القبلة):** و تُستخدم للأخبار ذات الأهمية والقوة، خاصة خبر المانشيت في الصفحة الأولى، حيث تستخدم الكلمات القوية والمؤثرة، مثل: أخبار الحروب، والاكتشافات، والإنجازات.

6) **المقدمة الإذاعية (الخطاب المباشر):** وتعتمد على توجيه الكلام مباشرةً إلى المتنقلي؛ بهدف حمله على التضامن المباشر والتفاعل السريع مع المادة المعروضة، غالباً ما تبدأ بـ(لو أنك فكرت، شاهدت، قرأت، سمعت، ... إلخ).

7) **مقدمة الصورة:** وتعتمد على رسم صورة حية للشخص الرئيس في القصة؛ حتى يتمكن المتنقلي من تخيل الصورة بسهولة.

8) **مقدمة الوصف:** وتخالف عن سابقتها في أنها تهتم برسم صورة للمكان الذي وقع فيه الحادث أو القصة، إذا كان أهم من الأشخاص.

9) **المقدمة الظرفية:** وتقوم على تصوير الحدث، مثل الوصف التفصيلي للمباريات، حيث يقوم المحرر الصحفي بإحاطة القارئ بجو المبارزة، وكذلك في الاحتفالات والأمسيات الشعرية.

10) **المقدمة الملخصة:** وتقوم على تلخيص أهم المعلومات بالقصة الخبرية، حيث تتتصدر أهم معلومة في الخبر المقدمة.

11) **المقدمة المتناقضة (مقدمة المفارقات أو المقارنة):** وتقوم على معانٍ تتصادم مع طبيعة البيئة، مثل: (متسلول يموت أمام فندق رمسيس ومعه ثلاثة ملايين دولار).

(12) **مقدمة الغرابة والطرافة:** وتشتمل على عنصر الطرافة، ويحمل الخبر حدثاً نادراً، مثل: (امرأة تتزوج عشرة رجال في أسبوع واحد).

(13) **المقدمة المقتبسة (الاقتباسية):** حيث يقوم الصحفي باقتباس فقرة، أو جملة من تصريح مسؤول؛ لتكون هذه الفقرة هي مقدمة الخبر.

(14) **مقدمة الإثارة (المقدمة الساخنة):** وتعتمد على استثارة العواطف الإنسانية ومشاركة القارئ وجاذبياً، ليقف مع الموضوع المطروح أو ضدّه، وتستخدم القصص الإنسانية بكثرة، مثل: وصف حادث دموي متعمد راح ضحيته أبرياء.

(15) **مقدمة الاستفهام (المقدمة التساؤلية):** وتببدأ بالمعلومات المهمة في شكل تساؤل أو مجموعة تساؤلات، مثل: (هل كانت الرصاصات فعلاً موجهة إلى القضاة؟، ولماذا لم يتقدم الحرس ليمنعوا الجناة؟⁽¹⁾).

وتعتمد هذه المقدمة على قاعدة (5w and 1h)، أو (الشقيقات الخمس والأخت السادسة)؛ وبيان ذلك: أن هذه المقدمة تعتمد على أسئلة ستة، هي: (من who، ماذا what، لماذا why، متى when، أين where، كيف how)⁽²⁾.

وتعتبر هذه التساؤلات الست هي أهم التساؤلات، فمن خلالها تُعرف تفاصيل الحدث أو الخبر أو الموضوع.

خامساً: التهكم والهجاء

نزل القرآن الكريم بلسان العرب، مستخدماً أساليبهم، بل أساليب أفسح منها، وكان من ضمن هذه الأساليب أسلوب التهكم والسخرية.

وقد وردت السخرية في القرآن الكريم بألفاظ عديدة، من بينها: (هزواً، الاستخفاف، الضحك، السخرية)، إضافةً إلى بعض ألوان الجدية؛ بهدف ردع المضللين عن باطلهم وضلالهم، وسعياً لإرشادهم إلى طريق الصواب والحق.

وقد ورد هذا الجانب في القرآن بصور كثيرة، منها:

(1) **التهديد بلفظ التبشير:** كما في قوله تعالى: (...بَشِّرَ الْمُنَافِقِينَ بِأَنَّ لَهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا) (آل عمران: 21)، ومعلوم أن العذاب لا يبشر به.

(2) **الاستخفاف بالعقل، لردعه عن الغواية:** كما في قوله تعالى: (...قُلْ تَمَتَّعْ بِكُفْرِكَ قَلِيلًا إِنَّكَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ) (الزمر: 8)، والعاقل صاحب الفطرة السليمة لا يتمتع بشيء يقوده إلى النار.

⁽¹⁾ انظر: الأساليب الفنية في التحرير الصحفي - د. عبد العزيز شرف - (ص: 160).

⁽²⁾ انظر: المرجع السابق - (ص: 156).

(3) ما يأتي في صورة التهديد: ك قوله تعالى: (**دُقِّ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْكَرِيمُ**) (الدخان: 49).

ويدرج تحت هذا الجانب الفني، استخدام القرآن الكريم للرسوم الكاريكاتورية من خلال عباراته وألفاظه الدقيقة، التي ترسم الصورة في مخيلة السامع أو المتلقي بكل دقائقها وحذافيرها. ومثال ذلك: ما ورد في قوله تعالى: (... إِنَّ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ لَنْ يُخْلُقُوا ذِبَابًا وَلَوْ اجْتَمَعُوا لَهُ وَإِنْ يَسْلِبُوهُ الذِّبَابُ شَيْئًا لَا يَسْتَقْدِمُوهُ مِنْهُ ضُعْفُ الطَّالِبِ وَالْمَطْلُوبُ) (الحج: 73) ⁽¹⁾.

فهذه صورة من أقسى الصور التهكمية بالمشركين وما عبدوا، تصور مدى ضعفهم وعجزهم، حتى عن خلق الذباب، أو استرداد ما يأخذ منهم، رغم حقارته الذباب وضالة حجمه. والألفاظ المستخدمة في الآية، ودقة تصويرها، يجعل المتلقي يسرح بفكرة، ويحيا في ظلال الآية، ويتخيل ما يقرؤه أو يسمعه، فتبعد الصورة مرسومة في مخياله.

سادساً: التنغيم والتلوين

بالنظر إلى القرآن الكريم، نلاحظ أنه أشبع كل الأسواق البشرية، والطلعات الشعرية والانفعالية، إلى جانب الناحية الموضوعية.

ومن أجل بيان هذين الجانبيين، جاء الأمر بترتيب القرآن الكريم بطريقة صحيحة؛ ليظهر ما فيه من تفاوت المستويات الموضوعية والانفعالية المختلفة، فقال تعالى: (... وَرَتَّلَ الْقُرْآنَ تَرْتِيلًا) (المزمول: 4).

وما نريد الحديث عنه هنا، أن القرآن الكريم وجه الأنظار إلى التنغيم والتلوين واختلاف النبرات، كأحد الجوانب الفنية المؤثرة، من خلال ألفاظه وتعبيراته، وهذا ما قد تغفل عنه بعض وسائل الإعلام، رغم أهميته في التأثير.

ومثال ذلك: قوله تعالى: (**فَلَمَّا وَضَعَتْهَا قَالَتْ رَبُّ إِنَّي وَضَعَتْهَا أَنْتَ وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعَتْ وَلَيْسَ الذَّكْرُ كَالْأَنْثى وَإِنِّي سَمِّيَتُهَا مَرِيمٍ وَإِنِّي أُعِيدُهَا بِكَ وَذَرِيَّتَهَا مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ**) (آل عمران: 36).

"الآية ليست جميعها من كلام أم مريم، بل جمعت الآية مستويين موضوعيين مختلفين، عبر الأول عن كلام أم مريم، بينما اعترض كلامها جملة تعقيبية من الله عز وجل (وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعَتْ)، والتي هي بمثابة مستوىً موضوعيًّا أعلى، والخطورة هنا هي في عدم تحديد الحدود الفاصلة بين كلام أم مريم وكلام الله، فإذا ما اعتقדنا بوحدة المستوى الموضوعي بين (وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعَتْ) (الذَّكْرُ كَالْأَنْثى) بوحدة القائل، أصبحت الآية وكأنها إقرار من الله عز وجل بعدم تكافؤ الذكر والأنثى، لكننا إذا ما رددنا (وَلَيْسَ الذَّكْرُ كَالْأَنْثى) ليعود على أم مريم - أي إلهاها بمستوى موضوعي يعود على أم مريم -، فسيكون في ذلك الكثير من الإنفاق في فهم النص...، وما يهمنا هنا هو أن نشير إلى ضرورة إخلاف نبرة القراءة بين المستويين المذكورين؛ ليعبرا عن

⁽¹⁾ انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد و د. زكريا الزميلي - (ص: 19).

اختلاف المستويات الموضوعية التي تحدثنا عنها، فالآية (وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعَتْ) تقرأ بطريقة تعبر عن مستوى موضوعي يليق بجلال القائل، وهو الله عز وجل، بينما (وَلَيْسَ الذَّكْرُ كَالْأُثْنَيْ) تقرأ بطريقة تعبر عن مستوى موضوعي آخر مختلف، يتناسب مع المستوى الموضوعي لأم مريم⁽¹⁾.

⁽¹⁾ من أسرار البناء الداخلي في القرآن الكريم - محمد السويركي - (ص: 102).

المبحث الثاني

آثار الإعلام في ضوء القرآن الكريم

? المطلب الأول:

أثر الإعلام في ترسیخ العقيدة

? المطلب الثاني:

أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات

? المطلب الثالث:

أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة

? المطلب الرابع:

أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأعداء

المطلب الأول

أثر الإعلام في ترسیخ العقيدة

إن الكلمة مسؤولة كبيرة، لا يعرف قدرها إلا عاقل فطن، والمؤمن بطبيعته كيس فطن، وليس بإنسان يعرف بما لا يعرف، بل على العكس تماماً، يراقب الكلمات التي تخرج من فمه، ويرى ما قيمتها وما أثرها، ولماذا يتلفظ بها.

لهذا، لما سُئل أحد التابعين عن سر كلامه القليل بين الناس، قال: إنني أقوم بعرض كلماتي على عقلي، ثم أنظر وأسأل: هل كلمتي تلك ستوضع في ميزان حسناتي فأقولها، أم أنها ستوضع في ميزان السيئات فلا أقولها، فرأيت أن جُلَّ كلامي سوف يوضع لي في ميزان سيئاتي، فتروني صامتاً أكثر الوقت⁽¹⁾.

من هذا المنطلق، لا بد للحديث عن التأثير الإعلامي، من خلال ما يقدمه ويعرضه للجمهور، فإن له رسالة كبيرة، وعليه مسؤولية عظيمة؛ نظراً لعمق تأثيره، هذا التأثير الذي لم يعد مقتصرًا على جانب بعينه، بل امتد ليشمل كافة مناحي الحياة، والتي منها: الجانب العقائدي. **والعقيدة هي:** الإيمان بمجموع قضایا غایبية مجزوم بها، جاءت عن طريق الخبر الثابت، الذي لا يتعارض مع مقتضيات العقل الصحيح، وهي أمور يجب على الناس أن يؤمنوا بها، ويذعنوا لها⁽²⁾.

وحيث كان الحديث عن خصائص الإعلام الإسلامي، أوضحت الباحثة أن من خصائصه، أنه إعلام عقائدي⁽³⁾، وحتى تتحقق هذه الخاصية، فإن العقيدة تصبح مهمةً لرجل الإعلام؛ لما لها من سلطان قوي على الفكر، وتوجيه السلوكيات.

ومن أجل هذا الأثر العظيم، نلاحظ أن القرآن الكريم على مدار سنوات تنزيله في مكة المكرمة، والتي بلغت ثلاثة عشر عاماً، كان يركز على جهة واحدة، وبعد هام في بناء الإنسان، هو إيجاد الواقع العقائدي الفعلى، ثم انطلق بعد ذلك إلى كافة الجوانب الأخرى، التي تتضمن التعليمات، والشرع، والأحكام، وتنظيمات المجتمع، والسياسة، والقيادة، والدولة، وغير ذلك.

⁽¹⁾ انظر: حلقة بعنوان (الإعلام والكلمة) من برنامج (أخلاقنا في الميزان) - د. وجدي غنيم - قناة الرسالة - بتاريخ 6/12/2008م.

⁽²⁾ انظر: القضایا الإیمانیة فی العقیدة الإسلامیة - د. ذکریا عبد الرزاق المصري - (ص: 13)، ادع إلى سبيل ربك - د. مصلح سيد بيومي - (ص: 26).

⁽³⁾ انظر: الفصل الأول - المبحث الأول - المطلب الثالث - (ص: 43).

فكان التركيز بدايةً على توحيد الألوهية، والإيمان بالأمور الغيبية، والتركيز على أركان الإيمان وأركان الإسلام كاملةً، فحين نقرأ في القرآن الكريم، نطالع قوله تعالى: (قُلْ أَيُّ شَيْءٍ أَكْبَرُ شَهَادَةً قُلِ اللَّهُ شَهِيدٌ بَيْنِي وَبَيْنَكُمْ وَأُوحِيَ إِلَيَّ هَذَا الْقُرْآنُ لِأَنذِرَكُمْ بِهِ وَمَنْ بَلَغَ أَنْتُكُمْ لَتَشَهَّدُونَ أَنَّ مَعَ اللَّهِ آلهَةٌ أُخْرَى قُلْ لَا أَشْهُدُ قُلْ إِنَّمَا هُوَ اللَّهُ وَاحْدَهُ وَإِنَّنِي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ) (الأنعام: 19)، وقوله تعالى: (وَنَضَعُ الْمَوَازِينَ الْقِسْطَ لِيَوْمِ الْقِيَامَةِ فَلَا تُظْلَمُ نَفْسٌ شَيْئًا وَإِنْ كَانَ مِثْقَالَ حَبَّةٍ مِّنْ خَرْدَلٍ أَتَيْنَا بِهَا وَكَفَى بِنَا حَاسِبِينَ) (الأنباء: 47)، وكذلك قوله: (ثُمَّ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا تَتَرَأَّكُلُّ مَا جَاءَ أُمَّةً رَسُولُهَا كَذَبُوهُ فَاتَّبَعُنَا بَعْضُهُمْ بَعْضاً وَجَعَلْنَاهُمْ أَحَادِيثَ فَبَعْدًا لَقَوْمٍ لَا يُؤْمِنُونَ) (المؤمنون: 44).

فهذه آيات عديدة، جميعها من سور مكية، وجميعها ركزت على العقيدة، ففي حين ركزت الآية الأولى على قضية التوحيد، جاءت الآية الثانية لتقرر البعث والحساب يوم القيمة، وأوضحت الآية الثالثة وجود الرسل، وكل ما سبق هو من أركان الإيمان التي ينبغي التسليم بها، ولا يكتمل الإيمان إلا بها.

إضافةً إلى ما سبق، فقد استعمل القرآن الكريم طرقاً متعددة لعرض القضايا العقائدية، فتارةً كان يعرضها من خلال قصص السابقين وجهاد أنبيائهم لهم، وتارةً أخرى كان يعرضها في خطاب مباشر، وتارةً ثالثة من خلال ضرب الأمثل، وهكذا⁽¹⁾.

ولأن الإعلام الإسلامي إعلام عقائدي، فإن من مهماته العظيمة العمل على ترسیخ العقيدة في النفوس، بحيث تُحلق برامجه ضمن آفاق العقيدة ذاتها، ولذلك نرى دعاة الإعلام الشيوعي وغيره، لا يخرجون عن مجالات عقائدهم؛ كي لا يُعذّوا خارجين عما يُراد لهم، وتبقى القضية الآن: أين هو موضع العقيدة في وسائل الإعلام لاسيما الإسلامية منها؟!.

إنَّ نظرَةً بسيطةً على ما أوجبه الشريعة الإسلامية في مجال العقيدة، وواقع البرامج الإعلامية، يوضح حجم الْهُوَّة بين ضرورة العقيدة وواقع التفريط بها بوضوح، سواءً أكان مقصوداً أم لا.

فحين نلقي نظرةً سريعةً على ما تعرضه وسائل الإعلام، من برامج تلفزيونية، أو دراما، بل وما يتبعه الأطفال من الرسوم المتحركة، نلاحظ ما يرد في بعضها من اعتماد على تعاوين وكائنات خرافية بهدف تحقيق الانتصار على الشر، دون التنويه لخلق الكون ووجوب الاعتماد عليه، إضافةً إلى دسّ السم في العسل، عبر الحديث عن وحدة الأديان، وغير ذلك. ومما يرتبط بناحية العقيدة، قضية الولاء والبراء، التي باتت ممتهنةً بصورة كبيرة في معظم وسائل الإعلام، فالولاء في الإسلام يكون لله الواحد، والرسول ﷺ والمؤمنون،

⁽¹⁾ انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 4 - أ.حسن علي العنبيسي - (ص: 1726) - شوال 1405هـ/يونيو ويوليو 1985م.

(إِنَّمَا وَلِيْكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا إِذْنَنَاهُمْ يَقْبِلُونَ الصَّلَاةَ وَيَؤْتُونَ الرِّزْكَةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ & وَمَنْ يَتَوَلَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْغَالِبُونَ & يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَحَذَّلُوا إِذْ دُخُلُوا دِيْنَكُمْ هُزُوا وَلَعِباً مِّنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَالْكُفَّارُ أُولَئِكَ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ) (المائدة: ٥٥ - ٥٧).

فمسألة الولاء والبراء تؤثر بشكل أو بآخر، وبما أنه لا يمكن القضاء على ولاء الإنسان، فمن الممكن العمل على تعديله، وتوجيهه الوجهة السليمة، من خلال دراسة الظروف والعوامل التي تساعد على تكوين ولائه⁽¹⁾.

ولما كان الإعلام دعوةً، وكانت الدعوة إعلاماً، أصبح من الواجب على الإعلاميين المسلمين الانتباه إلى أن عملهم الإعلامي إنما هو رسالة، وليس شهرةً أو كسباً مادياً فقط، وبالتالي فإن عليهم مسؤوليات عظيمة، أولها ترسيخ العقائد في النفوس، وهذا يتحقق من خلال انتقاء البرامج ذات الفائدة، التي لا تحتوي على إشراك بالله، أو حديث عن السحر وغيرها، بل تسعى مقابل ذلك إلى غرس التوحيد بالله، والإيمان والإسلام بكامل أركانهما، وينبغي أن يكون هذا الحديث عن العقيدة موجهاً للصغار قبل الكبار؛ لأنهم نواة التغيير لمستقبل، مما يوجب مزيد العناية والاهتمام بهم.

وحتى يتحقق الجانب العقائدي على أكمل وجه في وسائل الإعلام الإسلامي، ينبغي عليها التفرد والتباين وعدم اتباع الآخرين، من خلال فهم وإدراك الهوية الإسلامية الإعلامية، وأن تميّزها يتحقق من استقلاليتها وابتعادها عن أهداف اليهودية والنصرانية، وما سواهما، فإذا كان إعلامنا اليوم متاثراً بغيره من وسائل الإعلام الغربية وغيرها، فماذا تبقى من عقيدتنا وهو يتنا؟! إن التمسك بالعقيدة الإسلامية واتخاذها لوناً وحيداً للإعلام الإسلامي، يضمن متابعة كبيرة لهذه الوسائل، وقد ازداد فعلياً عدد المتابعين لقنوات الفضائية الإسلامية، مثل: المجد، والفجر، واقرأ، والحكمة، وغيرها، بدليل ازدياد عدد هذه القنوات يوماً تلو آخر؛ تلبيةً لحاجات الجمهور ورغباته.

وأَخْيَرًا:

فإن العمل الإعلامي داخل إطار العقيدة الإسلامية، وبيان العقائد الفاسدة، يحسن الأمة ضد الدعوات الاستعمارية، ويبعدها عن أي تبعية لهذه العقائد التي لا تزيد صرف المسلمين عن عقيدتهم فحسب، بل مسحهم كلياً من الوجود، فليحذر الإعلاميون المسلمون أن يؤتى الإسلام من قبلهم، بتضليلهم لأمانة الكلمة، وشخصية الأمة، وسيرهم على خطى الآخرين وتقليلها تقليداً أعمى.

المطلب الثاني

أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات

لما كان لوسائل الإعلام عظيم الأثر في ترسیخ العقيدة في النفوس، بات واضحاً أن لها أثراً أيضاً في نشر الأخلاق وضبط المعاملات بين الناس، فمن كانت عقيدته سليمة، حسن تصرفه، واستقام سلوكه.

وحيث يكون الحديث عن الإعلام وأثره في نشر الأخلاق، لا يمكننا أن نتحدث عن ذلك بمنأى عن أخلاقيات الإعلام نفسها.

فقد كثر الحديث حول الأخلاقيات التي ينبغي أن يلتزم بها الإعلام، وتعالت الأصوات المنادية بميثاق شرف إعلامي، يحكم العملية الإعلامية بمختلف وسائلها، المسموعة، والمقرؤة، والمرئية؛ بهدف تنظيم العمل الإعلامي، وحمايته من الغوغائية والتحريض، والحفاظ على مصاديقه.

ومعلوم أن تطبيق الأخلاق الحميدة والفضيلة يؤدي إلى وجود العدل، والاستقرار، والأمان في المجتمع، والعكس صحيح، إضافةً إلى أن هذه الأخلاقيات إنلتزم بها الإعلام، فهي خطوة أولى في سبيل التزام المجتمع كله بالأخلاق؛ نظراً للتأثير العميق لوسائل الإعلام، وحب الجمهور لتقليد بعض الإعلاميين، لاسيما البارزين منهم.

وبغض النظر عن التزام وسائل الإعلام بالأخلاقيات، وأثر ذلك في نشر الأخلاق، فإن عليها أن تقوم بنشر الأخلاق من خلال برامجها، وأخبارها، بل وحتى الرسوم المتحركة التي تعرضها للأطفال والصغار.

فالإعلام مهما كان تخصصه، هو رسالة إنسانية، لا بد له من أن يدعم الخير، والتعاون، ويذكر بالضعف، بل وبالإنسان عموماً وما له من حقوق، والدعوة للعدل والمحبة، والبعد عن النزاع والظلم، وغير ذلك من الأخلاق؛ لأن الإعلام رسالة ودعوة، مفادها الأمر بالعدل والإحسان، بما يتفرع عن مكارم الأخلاق المختلفة: (إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعُدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَا عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبُغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ) (النحل: 90).

وعندما جاءت الشرائع السماوية المختلفة، الإسلامية والنصرانية واليهودية، وغيرها من الشرائع، كانت جميعها تدعو للأخلاق، وتسعى لتصحيح النهج الإنساني، ومن قبل ذلك كله توحيد الله ﷺ وعبادته.

وبتخصيص الحديث عن المسلمين، نلاحظ أنهم كانوا في صدر الإسلام نموذجاً للحق والخلق القويم، فانتشر العدل والرخاء عليهم وعلى غيرهم من عاشوا تحت لوائهم، فالإسلام عندما جاء "أحدث انقلاباً شاملًا في المبادئ والمفاهيم الأخلاقية، إنه الغي قيماً قديمة، وأوجد قيماً جديدة، كل ذلك بقصد إيجاد الرجل الكامل، والمجتمع الكامل"⁽¹⁾، وعندما ابتعد المسلمون عن هذه الأخلاق، وانحرفوا عن الطريق، مالت بهم السفينة، وترنحت في بحرٍ أمواجه متلاطمة، حتى وصلت بهم الحال إلى ما وصلت إليه.

والأخلاق تتصبّأً وأخيراً في إطار المعاملات؛ لذا فإن الإعلام عامّة والإعلام الإسلامي خاصةً لا يمكنه نشر الأخلاق، بمعزل عن ضبط المعاملات، ولهذا فإن من أبرز آثار الإعلام: العمل على نشر الخلق الحسن، وضبط المعاملات في المجتمع.

وإذا أردنا الحديث عن الأخلاق ونشرها، والمعاملات وضبطها، نلاحظ أن كليهما أمر مكتسبة، تُكتسب من خلال:

- (1) التدريب العملي والرياضة النفسية.
- (2) الانغماض في البيئة الصالحة.
- (3) القدوة الحسنة⁽²⁾.

وبالنظر إلى وسائل الإعلام، نلاحظ أن بإمكانها نشر الأخلاق من خلال الأمور الثلاثة مجتمعةً، حيث يبدأ العمل على رجل الإعلام بنفسه، من خلال تدريبيها وممارستها العملية للأخلاق في بادئ الأمر، وقسر النفس على غير ما تهواه من الأمور، فيصل به الأمر بعد فترة إلى تقويم نفسه وتزكيتها: (وَنَفْسٌ وَمَا سَوَّاهَا & فَأَلْهَمَهَا فُجُورُهَا وَتَقْوَاهَا & قَدْ أَفْلَحَ مِنْ زَكَاهَا & وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا) (الشمس: 7 - 10).

وبعد اكتساب رجل الإعلام للأخلاق، فإنه يسعى لتطبيق التزامه الأخلاقي على الجمهور، من خلال التواصل معهم عبر مختلف الوسائل الإعلامية، وعرض تجربته، وما لديه من نصائح ومعلومات، وإرشادات وتوجيهات، وربطها كلها بالجانب الديني.

كما يعمل على نشر الأخلاق من خلال دعوته لكل فرد في المجتمع باختيار البيئة الصالحة التي يعيش فيها، فيرشد الوالدين لأفضل الطرق التي تجعلهم بيئـة صـالحة لأـبنـائـهم، ويـساعدـ الطـالـبـ علىـ اختـيـارـ الصـحـبةـ الصـالـحةـ فيـ مـدـرـسـتـهـ، وـالـفـردـ فيـ مجـتمـعـهـ، فـمـتـىـ تـحـقـقـتـ البيـئةـ الصـالـحةـ، سـاـهـمـ ذـلـكـ فيـ نـشـرـ الأـخـلـاقـ.

⁽¹⁾ من قضايا الفكر في وسائل الإعلام - حمد بكر العليان - (ص: 106).

⁽²⁾ انظر: الأخلاق الإسلامية وأسسها - عبد الرحمن جبنكة الميداني - (ص: 196).

كما أن وسائل الإعلام نفسها تعتبر بيئةً مؤثرةً، فوسائل الإعلام الإسلامية وسيلة لنشر الأخلاق الحميدة، كما أن وسائل الإعلام الغربية هي طريقة لنشر الرذائل، وإفساد الأخلاق، من خلال النماذج التي تعرضها، ومن خلال العاملين فيها أيضاً.

فالمرء بطبيعته يميل للتقليد، لاسيما للشخصيات البارزة المشهورة، وهنا ينبغي الحرص على عرض النماذج الصالحة الطيبة، وإظهار رجال الإعلام الملزمين، المتمسكين بدينهم وأخلاقهم والمطبقين لهما، مع الحث على الاقتداء بهم، فنحن نرى في القرآن الكريم عرضاً لنماذج طيبة، والتعليق عليهم بقوله تعالى: (أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فِيهِمَا هُمْ أَقْتَدِيْهُ...) (الأنعام: 90).

وباختصار:

فإن الأخلاق في الإسلام تشمل كافة مناحي الحياة، وجميع جوانب النشاط الإنساني، والمجتمع اليوم في أمس الحاجة إلى إبراز هذه القيم الأخلاقية التي جاء بها الإسلام، كالصدق، والوفاء، والأمانة، والكرم، وغير ذلك من قيم وأخلاق الكثير، من خلال الأحاديث البرامجية المباشرة، أو عن طريق الدراما الهدافـة، أو الأسلوب التمثيلي الجذاب، والقصص الهدافـة، والرسوم المتحركة الناطقة، بصورة سهلة تسهم في بلوغ الهدف، وتؤدي في النهاية إلى تدعيم الأخلاق، والوقوف أمام ما يواجهه المسلمون من محاولات لزعزعة أخلاقهم، ومعاملاتهم، ومبادئهم.

المطلب الثالث

أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة

لما جاء الدين الإسلامي، جاء داعياً للوحدة، منبهاً على العوامل التي تدعو للتوحد، فقال تعالى: (إِنَّ هَذِهِ أُمَّةٌ أُمَّةٌ وَاحِدَةٌ وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ) (الأنبياء: 92)، بل إنه كان دائم التذكير المسلمين بنعمة الله عليهم في توحيدهم: (وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَادْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءَ فَلَمَّا بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَاصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا ...) (آل عمران: 103)، كما ذُمَّ ونعت على الذين تفرقوا واختلفوا، (... وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُشْرِكِينَ & مِنَ الَّذِينَ فَرَقُوا دِينَهُمْ وَكَانُوا شِيعًا كُلُّ حِزْبٍ بِمَا لَدِيهِمْ فَرَحُونَ) (الروم: 31، 32).

والوحدة الإسلامية هي أهم عامل يجب توفره في الأمة الإسلامية، وبدونها ستبقى الأمة لفمة سائحة بيد أعدائها.

من أجل ما سبق، وضع الدين الإسلامي قواعد تُبرز أهمية الوحدة وضرورتها، من خلال إقامة العلاقات التاريخية على أساس واحدة، وتوحيد المنطقات الإنسانية والأهداف، وإقامة دوائر متداخلة من العلاقات الإنسانية، إضافةً إلى التركيز على الترابط في المشاعر والأحساس، ورابطة الأخوة.

لكن الناظر إلى واقع الأمة الإسلامية في أيامنا هذه، يلاحظ غياب مفهوم الأخوة والتضامن والتعاون، رغم أن الدين الإسلامي جعلها الأساس الذي يجب أن تُبنى عليه علاقات المسلمين مع بعضهم، في داخل الأسرة الواحدة، والمجتمع الواحد.

وفي العصر الراهن، أصبح للثورة التكنولوجية دور كبير في العمل على تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة، أو العكس من ذلك.

فقد بات واضحاً أن وسائل الإعلام الغربية تسعى لإبقاء المسلمين في حالة ضعف وانقسام دائم، عبر مخططاتها الإعلامية، التي تهتم بعرض المعلومات والبرامج في قالب جذاب، يجعل المتألق منبهراً بما يسمع دون الانتباه لما يتضمنه من سوء.

وأمام هذا الدور من الإعلام الغربي، بات على المسلمين أن يهتموا بمواجهة هذا التيار الهادف للفرقَة والنِّزاع، من خلال العمل على ترسیخ مبدأ الوحدة، وتحقيق تماسك الاجتماعي، ابتداءً من الأسرة كنواة المجتمع، ووصولاً إلى الأمة المسلمة بأكملها.

فوسائل الإعلام الإسلامية عليها دور كبير في توحيد المسلمين، من خلال:

أولاً: بيان المفهوم الصحيح للوحدة

ويتحقق هذا من خلال بيان الروابط الاجتماعية التي تجمع بين البشر كافة، والتمييز فيما بينها، فقد قال تعالى: (قُلْ إِنَّ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَآبَانَوْكُمْ وَأَخْوَانَكُمْ وَأَزْوَاجَكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالُ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشُونَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضُونَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجَهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّىٰ يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ) (التوبه: 24).

فقد جمعت الآية الروابط العائلية، والمالية، والقومية، والوطنية، ثم فضلت عليها جميعها الرابطة الدينية، لأن الوحدة التي تقام على غير الرابطة الدينية، ليس لها من الوحدة إلا الاسم فقط، فال تاريخ خير شاهد على أن الوحدة القائمة على القومية أو الحزبية جميعها تؤدي لمزيد من الفرق، وبالتالي فإن على الإعلام دور كبير في الدعوة إلى محو العوامل التي تؤدي إلى تفرقة الأمة وتشتيتها.

ويتحقق هذا البيان الصحيح للوحدة ومفهومها، من خلال بيان المقومات التي ينبغي أن تقوم عليها الوحدة الإسلامية، وهي: وحدة الهدف، ووحدة المنهج، والشعور السائد بضرورة الوحدة، إضافةً إلى الثقة المتبادلة بين الأطراف⁽¹⁾.

ثانياً: دفع شبهات الأعداء وبيان الصورة الصحيحة لما يحدث

إن الإعلام المعاصر بشكل عام يُشكل خطراً على وحدة الأمة الإسلامية؛ لأنه يسعى جاهداً لتشويه الإسلام، ويعمل على بث الأفكار الإلحادية العلمانية، مما يؤدي لتمزيق المسلمين فكريًا، وعقائديًا، فقد قال تعالى: (يُرِيدُونَ أَنْ يُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى اللَّهُ إِلَّا أَنْ يُتَمَّ نُورُهُ وَلَوْكَرُهُ الْكَافِرُونَ) (التوبه: 32).

وبالتالي، فإن الدور الملقى على عاتق وسائل الإعلام الإسلامية هو دور عظيم بالغ الأهمية؛ لأن الأعداء كثيراً ما يثرون الشبهات والافتراضات والأكاذيب حول منهج الإسلام في الحياة، وهنا يبرز الدور الملقى على عاتق وسائل الإعلام الإسلامية، إذ يجب عليها العمل على إيضاح الموقف الصحيح من الأحداث الجارية؛ كي لا يندفع الجمهور المتنقي بما تقدمه وسائل الإعلام الغربية، وما تثيره من شبهات حول القضايا المختلفة، فوسائل الإعلام والقائمون عليها، إنما هم امتداد لمهمة الرسل، المتمثلة في البيان والإيضاح، والتبيغ والإرشاد، في مواجهة الباطل بأساليبه المختلفة: (هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الْدِينِ كُلِّهِ وَلَوْكَرُهُ الْمُشْرِكُونَ) (التوبه: 33).

⁽¹⁾ انظر: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موفق الغلاياني - (ص: 105).

"وفي حال غياب مؤسسة إعلامية إسلامية، تأخذ على عاتقها مواجهة هذه المخططات، وتقوم بتفنيد كافة المزاعم، وتصحيح الأخطاء والادعاءات التي تلصق بالإسلام، وترد على مختلف الأسئلة والاستفسارات التي تثار هنا وهناك، فإن الإسلام سوف يكون مجالاً خصباً لهذه الطوائف الحاقدة والكارهة والمعادية، التي تُسْهِم في تكوين الصورة الذهنية غير الصحيحة عن الإسلام لدى العالم".⁽¹⁾

ثالثاً: بيان مواطن القوة في الأمة الإسلامية

حيث يجب على وسائل الإعلام من أجل تحقيق التماسك الاجتماعي وتحقيق الوحدة الإسلامية، أن تعمل على إيضاح جوانب القوة في الأمة الإسلامية، من خلال القرآن الكريم، والسنة النبوية التي سعت للوحدة بشتى الطرق، إضافةً إلى الماضي المشرق لهذه الأمة، وموقعها الجغرافي المتميز، وثرواتها العديدة في كافة الجوانب، ومن أهمها النفط والبترول، حيث يُعدُّ هذا البيان لمواطن القوة من أبرز العوامل في استعادة الأمة لمكانتها وقيادتها.

ويتحقق ذلك أيضاً، من خلال بيان المبشرات التي حملها القرآن الكريم منذ القدم، بنصر هذه الأمة وتحقيق خلافتها في الأرض، (وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لِيَسْتَخْلَفُنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفُوا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلَمْ يَكُنْ لَهُمْ ذِيَّاً ذَوِيَّهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمَّا يَعْدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئاً وَمَنْ كَفَرَ بِعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ) (النور: 55).

رابعاً: تحقيق عالمية الرسالة وعالمية الخطاب

فالدين الإسلامي لم يكن لل المسلمين فقط، بل جاء للناس كافة، (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (سبأ: 28)، ومن هنا ينبغي على وسائل الإعلام لا تقتصر في خطابها على المسلمين، وألا يكون خطابها باللغة العربية وحدها، بل عليها أن تمتد لتشمل كافة اللغات الأخرى، وأن توجهه إلى العالم كافة؛ انطلاقاً من عالمية هذا الدين.

ذلك أن الخاسر الأكبر في تفرق المسلمين وتشتتهم، هم المسلمون أنفسهم، حيث أصبحوا أتباعاً لا متبعين، وإن عملية توحيدهم هي عملية في منتهى الصعوبة؛ لأنها عملية إنشاء وبناء، "ولكنه ليس بناء عمارة مهما عظمت وعلت، إنه بناء الإنسان مع الإنسان، وإنه أصعب عملية في تاريخ البشرية، وأشدتها معاناةً وصبراً وبذلاً، إن بناء الأمة المسلمة الواحدة ليس عملاً ارتجاليًّا عفويًّا، ولا هو جمع شعارات وزخارف، ولا هو تجمع طارئ تتصارع فيه الأهواء والمصالح، إنه عمل منهجي، يمضي من مرحلة إلى مرحلة...، إنه عمل من مسؤولية الطاقة البشرية المؤمنة، فهي مكلفة به، محاسبة عليه".⁽²⁾

⁽¹⁾ الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د.محبي الدين عبد الحليم - (ص: 148).

⁽²⁾ بناء الأمة المسلمة الواحدة - د.عدنان علي رضا النحوي - (ص: 242).

المطلب الرابع

أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأعداء

سعى أعداء الإسلام منذ القدم إلى هدم الإسلام وإزالته من الوجود، وقد بيّن لنا القرآن الكريم ذلك، فقال تعالى: (يُرِيدُونَ لِيُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَاللَّهُ مُتَمِّنُ نُورِهِ وَلَوْكَرَةُ الْكَافِرُونَ) (الصف: 8).

حتى إن بن غوريون رئيس وزراء الكيان الصهيوني السابق، قال: "إن أخشى ما نخشاه أن يظهر في العالم العربي محمد جديد، نحن لا نخشي الاشتراكيات ولا الثوريات ولا الديمقراطيات في المنطقة، نحن فقط نخشي الإسلام، هذا المارد الذي نام طويلاً وبدأ يتململ من جديد".⁽¹⁾

ومن أجل هذه الخشية من الإسلام، سعى أعداء الدين إلى استغلال التكنولوجيا، وما أفرزته من وسائل الإعلام، في التأثير على المسلمين وتشكيكهم بدينهم. لكن القرآن الكريم اهتم بالمواجهة الإعلامية؛ من حماية الجمهور من كيد الأعداء، وتوجيهه إلى الطريق السليم، وذلك من خلال:

أولاً: كشف الزيف والإشاعات وبيان الكذب والتناقض فيها

وقد برز ذلك واضحاً في الدفاع عن الدعوة الإسلامية وقادها، حيث قال تعالى: (أَمْ حَسِبَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ أَنْ لَنْ يُخْرِجَ اللَّهُ أَضْفَانَهُمْ & وَلَوْنَشَاءُ لَأَرِينَاكُمْ فَلَعْرَقْتُمُ بِسِيمَاهُمْ وَلَتَعْرِفُنَّهُمْ فِي لَحْنِ الْقُولِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ أَعْمَالَكُمْ) (محمد: 29، 30).

ثانياً: الإسقاط

من خلال مخاطبة الخصوم والأعداء بنوع من السخرية والاستهزاء، التي تحبطهم وتهزمهم نفسياً، وبالتالي لا يقدرون على استكمال المواجهة، حيث قال تعالى: (وَلَقَدْ دَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالْإِنْسَنِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يَبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْفَاجِرُونَ) (الأعراف: 179).

⁽¹⁾ انظر: مقال ظاهرة التركيز القرآني على اليهود الأسباب والدلائل - عبد السلام زين العابدين -

www.balagh.com/mosoa/tafsir/fu0rrhtw.htm

ثالثاً: الإهمال

ويعني عدم الاهتمام بال العدو؛ حتى يشعر بفشلـه في إثارة الطرف الآخر، وبالتالي وفشلـه في الهجوم والمواجهة، قوله تعالى: (وَقِيلَهُ يَا رَبِّ إِنْ هُوَ لَأَقْوَمٌ لَّا يُؤْمِنُونَ & فَاصْفَحْ عَنْهُمْ وَقُلْ سَلَامٌ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ) (الزخرف: 88، 89).

رابعاً: الاستعمال والتآثير بالحسنى

وتهدف هذه الوسيلة في المواجهة إلى التأثير الوجدي في الجمهور المتلقـي، من خلال الخطاب اللـين الجذاب، حيث قال تعالى: (وَلَا تُسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفُعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ عَدَاوَةٌ كَاهُنَّ وَلَيُّ حَمِيمٌ) (فصلت: 34).

خامساً: الموضوعية والإقناع المنطقي

بني الفكر الإسلامي على الإقناع المنطقي، والعقلانية الموضوعية، وكان ذلك من وسائل المواجهة لأساليب العدو وافتراضـاتهم، ومن أمثلـة هذه الطريقة، قوله تعالى: (قُلْ إِنَّمَا أَعْظُمُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مُثْنَى وَفَرَادَى ثُمَّ تَتَفَكَّرُوا مَا بِصَاحِبِكُمْ مَنْ جِنَّةٌ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ لَّكُمْ بَيْنَ يَدِي عَذَابٍ شَدِيدٍ) (سبأ: 46).

سادساً: تحطيم الرموز المعادية

لأنـها تمثلـ القوة المركزـية، والموجهـة للجمـاعة والأمة؛ فإذا اختـلت ثـقة الأمة في رمـوزـها تحـطـمت وسـهل هـزـيمـتها، ومن ذلك ما وردـ في حقـ الـولـيدـ بنـ المـغـيرةـ، حيثـ قالـ تعالىـ: (عَتْلُ بَعْدَ ذَلِكَ زَنِيمٍ & أَنْ كَانَ ذَاماً لِّبَنِيْنَ & إِذَا تُتْلَى عَلَيْهِ آيَاتُنَا قَالَ أَسَاطِيرُ الْأَوَّلِينَ & سَنَسِمُهُ عَلَى الْخُرْطُومِ) (الـقـلمـ: 13 - 16) ⁽¹⁾.

سابعاً: حسن الإعداد والتوكـل

فقدـ قالـ تعالىـ: (إِنَّ عِبَادِي لَيْسَ لَكَ عَلَيْهِمْ سُلْطَانٌ وَكَفَى بِرِبِّكَ وَكِيلًا) (الـإـسـرـاءـ: 65)، وقدـ جاءـتـ هذهـ الآـيـةـ بعدـ بـيـانـ بعضـ أـسـالـيـبـ الـإـعـلـامـ الـمـضـلـلـ، التيـ تمـثـلتـ فيـ الاستـفـازـ، والإـجـابـ، والـمـشـارـكـةـ فيـ الـأـمـوـالـ وـالـأـوـلـادـ، وـالـوـعـودـ الـكـاذـبـ، وجـاءـتـ لـبيـانـ الـطـرـيقـةـ السـدـيـدةـ للـتـعـاملـ معـ هـذـاـ الـإـعـلـامـ الـمـضـلـلـ، وـبـيـانـ الـأـسـلـوبـ الـمـضـادـ لـأـسـالـيـبـهـمـ، ويـتحقـقـ هـذـاـ مـنـ خـالـلـ:

- (1) أنـ تكونـ عـبـادـاـ لـهـ (عـبـاديـ)، فـيـجبـ أنـ يـكونـ لـنـاـ صـوتـ إـعـلـاميـ صـادـقـ، يـدعـوـ لـلـرسـالـةـ وـالـمـنهـجـ الـقـوـيمـ الـحـقـ.

- (2) أنـ تكونـ جـمـاعـةـ، عـلـىـ أـتـمـ الـاستـعـدادـ لـمـوـاجـهـةـ قـوـىـ الشـيـطـانـ وـوـسـائـلـهـ فيـ كـلـ لـحظـةـ، (وَأَعْدُوا لَهُمْ مَا مَأْسَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ...) (الـأـنـفـالـ: 60).

⁽¹⁾ انظر: مقال: مـرـتكـزـاتـ أـسـاسـيـةـ فـيـ الـإـعـلـامـ الـقـرـآنـيـ - www.balagh.com/matboat/qbook/71

(3) ألا ندع مجالاً لأحد بحيث يشاركنا في تربية أولادنا، أو في أمورنا، فيجب متابعة الأبناء فيما تتبه لهم وسائل الإعلام، وانتقاء الأفضل من بين ما يعرض، ومتابعة الوسائل الحقة دون الوسائل المضلة.

(4) أن نتوكل على الله في كل أمورنا، وكفى بالله وكيلاً ونصيراً: (...وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بِالْعُمُرِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا) (الطلاق: 3)⁽¹⁾.

ثامناً: التحذير من موالة الأعداء، وما يتربّط على موالاتهم من مضار
 حيث ينبغي على وسائل الإعلام أن تعمل على بيان أن من يتبع وسائل الإعلام المضلة فكانه موال لها، وهذا ما ذمه القرآن الكريم، فقال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَى أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءَ بَعْضٍ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ & فَتَرَى الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ يُسَارِعُونَ فِيهِمْ يَقُولُونَ نَخْشَى أَنْ تُصِيبَنَا دَائِرَةٌ فَعَسَى اللَّهُ أَنْ يَأْتِيَ بِالْفَتْحِ أَوْ أَمْرٌ مِّنْ عِنْدِهِ فَيُصِّحُّوا عَلَى مَا أَسْرَوْا فِي أَنْفُسِهِمْ نَادِمِينَ) (المائدة: 51، 52)، وقد اتضح هذا الذم من خلال مواطن عديدة في الآية، هي:

(1) وصف اللاهتين وراء المضلين بأنهم (...فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ...)، وهذا تعبر في غاية الدقة، فيه بيان لسبب الوهن والضعف لديهم.

(2) قوله: (...يُسَارِعُونَ فِيهِمْ...) تعبر بيين مدى تقاومهم وانسجامهم مع الأعداء والمضلين.

(3) قوله: (...نَخْشَى أَنْ تُصِيبَنَا دَائِرَةٌ...) قد يكون مجرد عذر لتبرير تلك المسارعة إلى الأعداء، كما يحتمل أن يكون عذراً حقيقياً لما يشعر به هؤلاء المرضى من رعب أمام قوة الأعداء.

(4) هذه المسارعة سرعان ما تقفل في تحقيق ما سعت إليه، بل إن الموالين للأعداء سرعان ما يضعوا أصابع الندم على فعلتهم عند ظهور الحق وانكشفه (...فَعَسَى اللَّهُ أَنْ يَأْتِيَ بِالْفَتْحِ أَوْ أَمْرٌ مِّنْ عِنْدِهِ فَيُصِّحُّوا عَلَى مَا أَسْرَوْا فِي أَنْفُسِهِمْ نَادِمِينَ).

إن أشد ما تواجهه وسائل الإعلام الإسلامية، هو الغزو الإعلامي الغربي، الذي يشكل كياناً معادياً، يدس سمه في العسل، فيجب عليها إيقاظ الأمة من غفلتها، وتبيهها على خطورة هذا العدو، وهو أمر يحتاج لبذل الجهد، والطاقة، من أجل رد العدوان الإعلامي الغربي ومواجهته.

⁽¹⁾ انظر: مقال: الإعلام في القرآن الكريم - الشیخ مؤید الخزرجی - <http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>



الخاتمة
و
التصصيات

الخاتمة والتوصيات

أولاً: الخاتمة:

الحمد لله وكفى، والصلوة والسلام على عباده الذين اصطفى، ومن سار على دربهم ونهاهم إلى يوم الدين واقتفي، أما بعد:

فإن الإعلام الإسلامي موضوع في غاية الأهمية، كان لا بد من التطرق إليه والحديث عنه من خلال القرآن الكريم؛ لإيضاح أنه ما من شيء ارتبط به إلا وجاء النص القرآني متحدثاً عنه، كيف لا والقرآن الكريم شامل لكل مناحي الحياة وموضوعاتها، حيث قال تعالى: (... وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ) (النحل: 89).

ونتيجةً للأثر الإعلامي البالغ في حياتنا، وظهور العديد من وسائل الإعلام التي أطلقت على نفسها اسم (الإعلام الديني) أو (الإعلام الإسلامي) مع ما بينهما من فروقات، كان لا بد من وقفة مع الإعلام في القرآن الكريم، مقوماته، وضوابطه، وأساليبه.

ومن خلال دراسة الموضوع، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، كان من

أهمها:

(1) الإعلام واجب شرعي وضرورة إنسانية؛ لإنقاذ العالم والبشرية جماء من التخبط والضياع.

(2) الإعلام ليس وليد اللحظة، بل إنه موجود منذ القدم، نابع من طبيعة الإنسان الاجتماعية، ورغبتة في التواصل.

(3) وسائل الإعلام تختلف وتتنوع في كل عصر وفي كل مصر، فليست أمراً وقرياً على وسيلة دون أخرى، أو عصر دون آخر.

(4) الوسائل الإعلامية تدرج ضمن وسائل الاتصال، وهي في تطور مستمر، بما بات يعرف باسم (تكنولوجيا الاتصال).

(5) الوسائل الإعلامية المعاصرة (صحافة، إذاعة، تلفزيون، فضائيات، كمبيوتر، إنترنت) هي وسائل إنسانية عالمية، تناسب عالمية الرسالة الإسلامية.

(6) الإعلام الإسلامي لا يمكن أن يقوم أو ينتشر إلا بالأخذ بوسائل البلاغ والإذار.

(7) مستقبل الرسالة الإسلامية سيكون مستقبلاً عالمياً، عند الاستخدام الصحيح لهذه الوسائل الإعلامية العالمية المعاصرة، وذلك بتخميرها في الدعوة إلى الله تعالى.

(8) تقع على عاتق الإعلام الإسلامي مسؤولية عظيمة، لاسيما إذا ازدادت الوظائف، وسمت الأهداف.

(9) الإعلام الإسلامي هو عملية اتصالية يتم من خلالها تعليم الاتصال الإيجابي؛ بهدف نشر مبادئ الدين الإسلامي في كافة الميادين، وبكلة الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المنشورة.

(10) ورود مادة (علم) ما يزيد عن 850 مرة في القرآن الكريم، منها 473 موضعاً في الآيات المكية، مقابل 375 في الآيات المدنية، يحمل دلالة عظيمة على أهمية الإعلام وتأثيره.

(11) يقوم الإعلام الإسلامي على جملة من المقومات، كالنوع العلمي والفنى وغيرهما، وقد تواجهه مجموعة من المعيقات الداخلية أو الخارجية، ينبغي عليه أن يواجهها بالثبات على مبادئه التي أرساها القرآن الكريم.

(12) الإعلام عملية اتصالية، قد يحدث فيها بعض التزييف والخداع، لذا فإنها بحاجة إلى مجموعة من الضوابط التي تحكم سير هذه العملية بمختلف مكوناتها، وتتضاعف أهمية الالتزام بهذه الضوابط حال السلم والحرب.

(13) أرسى القرآن الكريم مجموعة من الأساليب المختلفة المتنوعة، التي يؤدي التزامها والتقويم في استخدامها إلى تعزيز التأثير في الجمهور المتلقى للرسالة الإعلامية.

(14) في مقابل الأساليب الإعلامية المتبعة، يل JACK الأداء إلى أساليب التضليل والتشويه وال الحرب النفسية، مما يجعل الواجب مضاعفاً على وسائل الإعلام الإسلامية في مواجهته ومنعه من تحقيق أهدافه.

ثانياً: التوصيات:

بعد البحث والنظر في الموضوعات التي كُتبت حول الإعلام: مقوماته، وضوابطه، وأساليبه في القرآن الكريم، وما يشكله هذا الموضوع من أهمية، فإن الباحثة توصي بما يلي:

(1) تأهيل فريق متوازن من الإعلاميين وتغريتهم للقيام بواجب الدعوة إلى الله من خلال الوسائل الإعلامية المعاصرة، والعمل على الارتقاء بهم علمياً ودعوياً وإعلامياً.

(2) تفعيل دور أجهزة الإعلام الإسلامي في التصدي للحملة الغربية، التي تستهدف النيل من الإسلام وتشويه صورته، وعزله عن الحياة المعاصرة.

(3) زيادة مساحة البرامج الإسلامية في أجهزة الإعلام، وأن يتم تقديمها في أوقات مناسبة لمستمعيها.

(4) العمل على إعداد منظومة من الآليات متضارفة للجهود، تبدأ بإنشاء مركز إسلامي إعلامي، ووكالة إعلام إسلامية متخصصة.

- (5) حسن انتقاء العاملين في وسائل الإعلام الإسلامية، و اختيارهم بناءً على معرفة كافية بالموازين الشرعية، والأسلوب المؤثر، والمنهج الوسطي المعتمد.
- (6) تخصيص فترات بث في وسائل الإعلام الإسلامية باللغات المختلفة؛ من أجل مخاطبة الآخر بالإسلام، وتعريفه بحقيقة ومبادئه السمحنة.
- (7) الخروج عن الأنماط التقليدية والجمود، والعمل على التفاعل مع الجمهور، وعرض احتياجاتهم ومطالبهم الأساسية.

وفي ختام هذه الدراسة:

فإن الحمد لله عز على ما هداني ووفقني في هذه الدراسة، سائلةً المولى عز أن يجعلها في ميزان حسناتي وحسنات كل من ساهم في إنجاحها وخروجها إلى النور، ولو بدعوة في ظهر الغيب.

كما أسأله تعالى أن ينفع بها كل طلاب العلم الشرعي أينما كانوا، إنه ولي ذلك والقدر عليه.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

الفهارس

? أولاً:

فهرس الآيات القرآنية

? ثانياً:

فهرس الأحاديث النبوية

? ثالثاً:

ثبت المصادر والمراجع

? رابعاً:

فهرس الموضوعات

أولاً: فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقم الآية	الآية
سورة الفاتحة		
155	5 - 2	(الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ...)
سورة البقرة		
98	13 - 11	(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ...)
100	23 - 21	(يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ...)
4	30	(وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً...)
87 ، 4	31	(وَعَلَمَ آدَمُ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ...)
55 ، 4	32	(قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ)
62 ، 4	33	(قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَاهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ...)
، 88 ، 72 157	44	(أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالِّبْرِ وَتَنْهَوْنَ أَنفُسَكُمْ وَأَنَّتُمْ تَتَلَوَّنَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقُلُونَ)
99 ، 98	60	(وَإِذْ أَسْتَسْقَى مُوسَى لِقَوْمِهِ فَقَلَّتِ اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ...)
119	71	(... وَلَا تَسْقِي الْحَرَثَ مُسْلَمَةً لَا شَيْءَ فِيهَا...)
، 87 ، 69 101	83	(... وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا...)
117	91 - 89	(وَلَمَّا جَاءَهُمْ كِتَابٌ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِمَا مَعَهُمْ وَكَانُوا مِنْ قَبْلِ...)
141	101	(وَاقْتُلُوهُمْ حِيثُ شَفَقْتُمُوهُمْ وَأَخْرِجُوهُمْ مِنْ حِيثُ أَخْرَجُوكُمْ...)
56	102	(... وَمَا يَعْلَمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ...)
98	104	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعَنَا وَقُولُوا انْظُرْنَا وَاسْمَعُوا...)
63	119	(إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا...)
65 ، 28	143	(وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أَمَةً وَسَطَا لِتَكُونُوا شَهَادَةً عَلَى النَّاسِ...)
85	159	(إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَاهُ لِلنَّاسِ...)
85	160	(إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَاصْلَحُوا وَبَيْنُوا فَأُولَئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَّ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ)
108	165	(وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَتَّخِذُ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَنْدَادًا يُحِبُّونَهُمْ كُحْبَ اللَّهِ...)
116 ، 58	170	(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ أَتَبْغُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَبِعُ مَا أَفْيَنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا...)

85	175 ، 174	(إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ الْكِتَابِ وَيَشْتَرُونَ بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا...)
103	181	(فَمَنْ بَدَّلَهُ بَعْدَمَا سَمِعَهُ فَإِنَّمَا إِثْمُهُ عَلَى الَّذِينَ يَبْدُلُونَهُ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلَيْهِ)
141 ، 136	193	(وَقَاتُولُهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ...)
115	206 - 204	(وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يُعِجبُكَ قَوْلَهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشَهِّدُ اللَّهُ عَلَى مَا فِي...)
126	209 ، 208	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السَّلَامِ كَافَةً وَلَا تَتَبَعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ...)
9	216	(كُتُبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهَةٌ لَكُمْ...)
142	217	(يَسْأَلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ قَتَالُ فِيهِ قُلْ قَتَالُ فِيهِ كَبِيرٌ...)
143	245 ، 244	(وَقَاتُولُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلَيْهِ...)
111 ، 69	256	(لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ...)
66 ، 59	259	(أَوْ كَالَّذِي مَرَّ عَلَى قَرْيَةٍ وَهِيَ خَاوِيَّةٌ عَلَى عُرُوشَهَا...)
59	260	(وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرْنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَىٰ قَالَ أَوْلَمْ تُؤْمِنُ قَالَ بَلَى...)
71	282	(... وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلَيْهِ)
سورة آل عمران		
168	14	(زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النَّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقْنَاطَرَةِ...)
58	19	(إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ...)
68	20	(... فَإِنَّ أَسْلَمُوا فَقَدِ اهْتَدُوا وَإِنْ تَوْلُوا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعَبَادِ)
180	21	(... بَشِّرُ الْمَنَافِقِينَ بِأَنَّهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا)
181	36	(فَلَمَّا وَضَعْتُهَا قَالَ رَبِّ إِنِّي وَضَعَنِي أَنْتَ...)
67	64	(قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلْمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ لَا تَنْعَذُ إِلَّا اللَّهُ...)
87	66	(هَآأَنْتُمْ هُؤُلَاءِ حَاجِجُتُمْ فِيمَا لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ...)
، 128 ، 21 190 ، 158	103	(وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا...)
20 ، 9	104	(وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ...)
65 ، 46 ، 43	110	(كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أَخْرَجْتَ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمُعْرُوفِ وَتَنْهَيُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ...)
126	118	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَخَذُوا بِطَانَةً مِنْ دُونِكُمْ لَا يَأْلوُنَكُمْ خَبَالًا...)
145	140	(إِنْ يَمْسِكُمْ قَرْحٌ فَقَدْ مَسَ الْقَوْمَ قَرْحٌ مُثْلُهُ...)
171	149	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ تُطِيعُوا الَّذِينَ كَفَرُوا يَرْدُوكُمْ عَلَى أَعْقَابِكُمْ...)
، 101 ، 77 112	159	(فِيمَا رَحْمَةٌ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْكُنْتَ فَظًا غَيْظًا الْقُلُوبُ لَا نَفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ...)

98	169	(وَلَا تَحْسِنَ الَّذِينَ قُتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْوَاتًا بَلْ أَحْيَاءٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ يَرْزَقُونَ)
79	200	(... اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)
سورة النساء		
57	28	(... وَخُلُقُ الْإِنْسَانِ ضَعِيفًا)
81	58	(إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدِوا الْأَمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا ...)
109	59	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَئِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ ...)
92	63 - 61	(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا إِلَى مَا أَنزَلَ اللَّهُ وَإِلَى الرَّسُولِ رَأَيْتَ الْمُنَافِقِينَ ...)
141	76	(الَّذِينَ آمَنُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ...)
63 ، 51 ، 6 127	83	(وَإِذَا جَاءُهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ...)
143 ، 73	94	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا ...)
157	97	(... أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَاسِعَةً فَتَهَاجِرُوا فِيهَا ...)
54	113	(... وَعَلِمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا)
167 ، 11	119	(وَلَا ضُلَّلُهُمْ وَلَا مُنِيبُهُمْ وَلَا مُرْتَهِنُهُمْ ...)
167	120	(يَعْدُهُمْ وَيُمْنِيهِمْ وَمَا يَعْدُهُمْ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا)
83	135	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُوْنُوا قَوَامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنفُسِكُمْ ...)
114	140	(وَقَدْ نَزَّلَ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ أَنْ إِذَا سَمِعْتُمْ آيَاتِ اللَّهِ يُكَفِّرُ بِهَا ...)
45	148	(لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرُ بِالسُّوءِ مِنَ الْقُولِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلَيْمًا)
40	165	(رَسُلًا مُّبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لَنَّا يَكُونُ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حِجَةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ ...)
سورة المائدة		
21 ، 10	2	(وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى ...)
55	4	(... وَمَا عَلِمْتُمْ مِّنَ الْجَوَاحِ مُكَلِّبِينَ ...)
110 ، 83	8	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُوْنُوا قَوَامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ...)
164	49	(الَّذِينَ إِنْ مَكَنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوْا الزَّكَاةَ ...)
195 ، 126	51	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا اليُهُودَ وَالنَّصَارَى أَوْلِيَاءَ ...)
195	52	(فَتَرَى الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرْضٌ يُسَارِعُونَ فِيهِمْ ...)
186	57 - 55	(إِنَّمَا وَلِيَكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا ...)
63 ، 61	67	(يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلَغَ مَا أَنْزَلَ إِلَيْكَ مِنْ رِبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ ...)

10	79 ، 78	(لُعِنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَىٰ لِسَانِ دَاؤُودَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمِ...)
31	83	(... مَمَّا عَرَفُوا مِنَ الْحَقِّ...)
158	91	(إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبُغْضَاءِ...)
22	99	(مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُبَدِّلُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ)
55	110	(وَإِذْ عَلِمْتُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَالْتَّوْرَاةَ وَالْإِنْجِيلَ...)
51	116	(... إِنْ كُنْتُ قُلْتُهُ فَقَدْ عَلِمْتُهُ...)
سورة الأنعام		
185	19	(قُلْ أَيُّ شَيْءٍ أَكْبَرُ شَهَادَةً قُلِ اللَّهُ شَهِيدٌ بِيَنِي وَبِيَنْكُمْ...)
61	38	(... مَا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ يَحْشُرُونَ)
72	55	(وَكَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ وَلَتَسْتَبِينَ سَبِيلَ الْمُجْرِمِينَ)
114	68	(وَإِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخْوُضُونَ فِي آيَاتِنَا فَاعْرُضْ عَنْهُمْ...)
31	73	(... عَالَمُ الْغَيْبَ وَالشَّهَادَةُ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْغَيْرُ)
189	90	(أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فِيهِمْ أَقْتَدَهُ...)
55	91	(... وَعَلِمْتُمُ مَا لَمْ تَعْلَمُوا أَتَمْ وَلَا آبَاكُمْ...)
58	97	(وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ النُّجُومَ لَتَهَدُوا بِهَا فِي ظُلُمَاتِ الْبَرِّ وَالْبَحْرِ...)
69	104	(... فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَلِعِلَّاهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِظٍ)
93	106	(اتَّعِنْ مَا أُوحِيَ إِلَيْكَ مِنْ رِبِّكَ تَالِهِ إِنَّمَا هُوَ أَعْرُضُ عَنِ الْمُشْرِكِينَ)
130	108	(وَلَا تَسْبُوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيُسَبِّو اللَّهَ عَدُوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ...)
25	112	(وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا لَكُلَّ نَبِيٍّ عَدُوًا شَيَاطِينَ الْإِنْسَانِ وَالْجِنِّ...)
26	116 - 114	(أَفَيْلَهُ أَبْتَغَى حَكْمًا وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ مُفْصَلاً...)
100	148	(سَيَقُولُ الَّذِينَ أَشْرَكُوا لَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا أَشْرَكَنَا وَلَا آبَاؤُنَا وَلَا حَرَمَنَا مِنْ شَيْءٍ...)
43	153	(وَإِنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَبَعُوا السُّبُلَ...)
43	161	(قُلْ إِنَّمَا هُدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطِ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيمًا...)
سورة الأعراف		
72	31	(يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ...)
162	44 - 40	(إِنَّ الَّذِينَ كَذَبُوا بِيَأَتِنَا وَاسْتَكْبَرُوا عَنْهَا لَا تُفَتَّحَ لَهُمْ أَبْوَابُ السَّمَاءِ...)
77	59	(يَا قَوْمَهُ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرِهِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ)
171	75	(قَالَ الْمَلَائِكَةُ إِنَّمَا الَّذِينَ اسْتَكْبَرُوا مِنْ قَوْمِهِ لِتَلِدِينَ اسْتُضْعِفُو...)

166 ، 155	158	(قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا...)
99 ، 98	160	(وَقَطَعْنَاهُمْ أَشْتَنِي عَشْرَةً أَسْبَاطًا أَمْمًا وَأَوْحَيْنَا إِلَى مُوسَى...)
193 ، 42	179	(وَلَقَدْ ذَرَانَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِنَ الْجِنِّ وَالإِنْسَنِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا...)
114	203	(... قُلْ إِنَّمَا أَتَتُّعِيْمَا يُوحَى إِلَيَّ مِنْ رَبِّيْ هَذَا بَصَائِرٌ مِنْ رَبِّكُمْ...)
سورة الأنفال		
78	2	(إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ إِذَا ذُكِرَ اللَّهُ وَجَلَّ قُلُوبُهُمْ...)
146	16 ، 15	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيْتُمُ الَّذِينَ كَفَرُوا زَحْفًا فَلَا تُوْلُوهُمُ الْأَدْبَارِ...)
26	27	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ...)
98	35	(وَمَا كَانَ صَلَاتُهُمْ عِنْدَ الْبَيْتِ إِلَّا مُكَاءَ وَتَصْدِيَّةً...)
143	36	(إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يَنْفَقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيُصْدِّوْنَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ...)
144 ، 136	45	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيْتُمْ فَتَاهُ فَاتَّبِعُوهُ...)
137	57	(فَإِمَّا تَشَقَّفُهُمْ فِي الْحَرَبِ فَشَرَدُوهُمْ مِنْ خَفْهُمْ لِعَلَمَهُمْ يَذَّكَّرُونَ)
، 128 ، 60 ، 142 ، 135 194	60	(وَأَعْدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعُتُمْ مِنْ قُوَّةٍ...)
31	61	(... لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ...)
145	62	(وَإِنْ يُرِيدُوا أَنْ يَخْدُعُوكَ فَإِنَّ حَسِبَكَ اللَّهُ...)
123	63	(وَأَلَفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْأَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَفْتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ...)
سورة التوبة		
136	15 ، 14	(قَاتِلُوهُمْ يَعْذِبُهُمُ اللَّهُ بِأَيْدِيهِمْ وَيَخْزِهِمْ وَيُنَصِّرُكُمْ عَلَيْهِمْ...)
191 ، 117	24	(قُلْ إِنْ كَانَ أَبَاكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَأَخْوَانُكُمْ وَأَرْوَاحُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ...)
117	26 ، 25	(لَقَدْ نَصَرْتُكُمُ اللَّهُ فِي مَوَاطِنَ كَثِيرَةٍ وَيَوْمَ حُنَيْنٍ إِذَا عَجَّبْتُمْ كُثُرْتُكُمْ...)
191	32	(يُرِيدُونَ أَنْ يُطْفَئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ...)
191	33	(هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَى وَدِينِ الْحَقِّ...)
143	35 ، 34	(... وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الْذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ...)
41	47	(... وَفِيهِمْ سَمَاعُونَ لَهُمْ وَاللَّهُ عَلَيْهِ بِالظَّالِمِينَ)
98	61	(وَمِنْهُمُ الَّذِينَ يَوْمَ النَّيْمَةِ يَقُولُونَ هَوَذْنَ قُلْ أَذْنَ خَيْرٌ لَكُمْ...)
107	71	(وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أُولَيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ...)

31	78	(... وَإِنَّ اللَّهَ عَلَمُ الْغَيْوَبِ)
53 ، 52	101	(... وَمِنْ أَهْلِ الْمَدِينَةِ مَرْدُوا عَلَى النِّفَاقِ لَا تَعْلَمُهُمْ نَحْنُ نَعْلَمُهُمْ ...)
48 ، 27	105	(وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرِيَ اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ...)
84 ، 67 ، 44	119	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّسِعُوا اللَّهُ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ)
22	122	(وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لَيَنْفِرُوا كَافَةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ ...)
159 ، 145	123	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قاتَلُوا الَّذِينَ يُلْوِنُوكُمْ مِنَ الْكُفَّارِ ...)
سورة بيوس		
155	22	(هُوَ الَّذِي يُسِيرُكُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ ...)
114	35	(قُلْ هَلْ مِنْ شَرِكَانِكُمْ مِنْ يَهُدِي إِلَى الْحَقِّ قُلِ اللَّهُ يَهُدِي لِلْحَقِّ ...)
155	94	(فَإِنْ كُنْتَ فِي شَكٍّ مَمَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ فَاسْأَلُ الَّذِينَ يَقْرُؤُونَ الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكَ ...)
111	99	(وَلَوْشَاءِ رِبِّكَ لَا مَنْ مِنْ فِي الْأَرْضِ كُلُّهُمْ جَمِيعًا ...)
سورة هود		
66	13	(أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَأَتُوا بِعَشْرِ سُورٍ مُثْلِهِ مُفْتَرَياتٍ ...)
87	46	(... فَلَا تَسْأَلْنَا مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنِّي أَعْظُمُكَ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ)
52	49	(تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهَا إِلَيْكَ مَا كُنْتَ تَعْلَمُهَا أَنْتَ وَلَا قَوْمُكَ ...)
88 ، 72	88	(وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَى مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا إِصْلَاحًا مَا اسْتَطَعْتُ ...)
سورة يوسف		
151	3	(نَحْنُ نُقْصُ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصْصَ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ ...)
104	15	(وَجَاءَتْ سِيَّارَةٌ فَأَرْسَلُوا وَارِدَهُمْ فَأَدَلَّى دَلَوْهُ قَالَ يَا بُشْرَى هَذَا غَلامٌ ...)
55	21	(... وَلَنْ تَعْلَمُهُ مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ...)
54	37	(... ذَلِكُمَا مِمَّا عَلَمْنَا رَبِّي ...)
105	40 ، 39	(يَا صَاحِبَ السِّجْنِ أَرْبَابُ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرُ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ & ...)
55	101	(رَبِّ قَدْ أَتَيْتَنِي مِنَ الْمُلْكِ وَعَلَمْتَنِي مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ...)
71 ، 13 ، 10	108	(قُلْ هَذِهِ سِيَّلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ ...)
سورة الرعد		
40	7	(... إِنَّمَا أَنْتَ مُنْذِرٌ وَلَكُلُّ قَوْمٌ هَادٍ)
سورة إبراهيم		
165 ، 4	4	(وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ...)
ب	7	(وَإِذَا تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَا زَيْدَنَّكُمْ ...)

81	26 - 24	(أَلَمْ تَرَكِيفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلْمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةً طَيِّبَةً أَصْلُهَا ثَابِتٌ...)
61	52	(هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوْبِهِ وَلِيَعْلَمُوْا أَنَّمَا هُوَ إِلَهٌ وَاحِدٌ...)
سورة الحجر		
90	42 - 28	(وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةَ إِنِّي خَالقُ بَشَرًا مِنْ صَلْصَالٍ مِنْ حَمَّا مَسْنُونٍ...)
121	85	(... وَإِنَّ السَّاعَةَ لَآتِيَةٌ فَاصْفَحْ الصَّفَحَ الْجَمِيلَ)
92	99 - 94	(فَاصْدِعْ بِمَا تُؤْمِنُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ...)
سورة النحل		
4	16	(وَعَلَامَاتٍ وَبِالنَّجْمِ هُمْ يَهْتَدُونَ)
158	36	(وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنَّ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنَبُوا الطَّاغُوتَ...)
30	43	(...) فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ)
48	44	(... وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْذِكْرَ لِتَبَيَّنَ لِلنَّاسِ مَا نَزَّلْ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ)
41	78	(وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بَطْوَنِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا...)
107	84	(وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ إِلَّا لِتَبَيَّنَ لِهِمُ الَّذِي اخْتَلَفُوا فِيهِ...)
46 ، 39 197	89	(... وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ)
187 ، 86	90	(إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي التَّقْرِبَاتِ وَيَنْهَا عَنِ الْفَحْشَاءِ...)
106 ، 26 175	94	(وَلَا تَتَخَذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخْلًا بَيْنَكُمْ فَتَنَزَّلُ قَدْرٌ بَعْدَ ثَبُوتِهَا...)
67 ، 44	105	(إِنَّمَا يَقْتَرِي الْكَذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ)
106 ، 41 159	125	(ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ...)
154	126	(وَإِنْ عَاقِبَتُمْ فَعَاكِبُوا بِمِثْلِ مَا عُوَقِبْتُمْ بِهِ...)
71	128	(... إِنَّ اللَّهَ مَعَ الدَّيْنِ اتَّقُوا وَالَّذِينَ هُمُ الْمُحْسِنُونَ)
سورة الإسراء		
178	1	(سُبْحَانَ اللَّهِي أَسْرَى بِعَيْدِهِ...)
104	15	(...) وَلَا تَرْدُ وَازِرَةً وَزِرَّا خَرِيَّ...)
94	32	(وَلَا تَقْرِبُوا الرِّزْنَا إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَيِّلاً)
87 ، 28 113	36	(وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ...)

172	37	(ولَا تَمْشِ فِي الْأَرْضَ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرُقَ الْأَرْضَ ...)
167	64	(وَاسْتَفْرَزْ مَنْ أَسْتَطَعْتَ مِنْهُمْ بِصُوتِكَ ...)
194	65	(إِنَّ عِبَادِي لَيْسَ لَكَ عَلَيْهِمْ سُلْطَانٌ وَكُفَىٰ بِرَبِّكَ وَكِيلًا)
122 ، 69	70	(وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بْنَيْ آدَمَ وَحَمَلْنَا هُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ ...)
107	82	(وَنَزَّلْنَا مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شَفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِلْمُؤْمِنِينَ ...)
63	105	(وَبِالْحَقِّ أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَّلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا)
سورة الكاف		
42	2 ، 1	(الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَىٰ عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عَوْجًا ...)
86	34	(... وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسُوقًا)
161	56	(... وَيُجَادِلُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِسُوا بِهِ الْحَقَّ ...)
59	65	(فَوَجَدَا عَبْدًا مِنْ عِبَادِنَا أَتَيْنَاهُ رَحْمَةً مِنْ عَنْدِنَا وَعَلَمْنَاهُ مِنْ لَدُنَّا عِلْمًا)
55 ، 54	66	(قَالَ لَهُ مُوسَىٰ هَلْ أَتَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَنْ تُعْلَمَنِ مِمَّا عَلِمْتَ رُشْدًا)
73	70 - 66	(قَالَ لَهُ مُوسَىٰ هَلْ أَتَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَنْ تُعْلَمَنِ مِمَّا عَلِمْتَ رُشْدًا ...)
112	95	(... فَاعِنُونِي بِقُوَّةِ أَجْعَلَ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ رَدْمًا)
101	108 - 103	(قُلْ هَلْ تُنَبِّئُنِّي بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا ...)
سورة مریم		
77	47 - 41	(وَأَذْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِيقًا نَّبِيًّا ...)
57	64	(... وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا)
102	97	(فَإِنَّمَا يَسِّرَنَا هُنْ لِسَانِكَ لِتَبْشِرَ بِهِ الْمُتَقِينَ وَتَنذِرَ بِهِ قَوْمًا لَدَاهُ)
سورة طه		
89	28 ، 27	(وَاحْلُلْ عَقْدَةً مِنْ لِسَانِي ...)
112	35 - 29	(وَاجْعَلْ لِي وَزِيرًا مِنْ أَهْلِي ...)
101 ، 78	44 ، 43	(اذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى ...)
154	49	(... فَمَنْ رَبَّكُمَا يَا مُوسَىٰ)
175	108	(... وَخَشَعَتِ الْأَصْوَاتُ لِلرَّحْمَنِ فَلَا تَسْمَعُ إِلَّا هَمْسًا)
73 ، 30	114	(... وَقُلْ رَبُّ زِدْنِي عِلْمًا)
سورة الأنبياء		
100	24	(أَمْ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ آلَهَةً قُلْ هَاتُوا بِرَهَانَكُمْ هَذَا ذِكْرٌ مِنْ مَعِيِّ ...)

185	47	(ونَصَّعُ الْمَوَازِينَ الْقَسْطُ لِيَوْمِ الْقِيَامَةِ ...)
190	92	(إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةٌ وَاحِدَةٌ وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاقْبَلُونَ)
47	107	(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِلْعَالَمِينَ)
سورة الحج		
76	9 ، 8	(وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٌ مُنِيرٌ ...)
87	24	(وَهُدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهُدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ)
44	30	(... فَاجْتَنَبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنَبُوا قَوْلَ الزُّورِ)
165 ، 48	41	(الَّذِينَ إِنْ مَكَنَّا هُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَاتَّوْزَكَةَ وَأَمْرُوا بِالْمَعْرُوفِ ...)
181	73	(... إِنَّ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ لَنْ يَخْلُقُوا ذَبَابًا وَلَوْ اجْتَمَعُوا هُنَّ ...)
سورة المؤمنون		
67	8	(وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ)
185	44	(ثُمَّ أَرْسَلْنَا رُسُلًا تَتَرَأَّ ...)
سورة النور		
169	11	(إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكَ عَصَبَةٌ مِنْكُمْ لَا تَحْسِبُوهُ شَرًّا لَكُمْ ...)
163	21 - 15	(إِذْ تَلَقُّونَهُ بِالسِّنَنِ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ ...)
169 ، 44	19	(إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشْيَعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ...)
93	30	(قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَعْصُمُونَ مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُونَ فُرُوجَهُمْ ...)
94 ، 93 ، 53	31	(وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضُنَّ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ ...)
192	55	(وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لِيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ ...)
سورة الفرقان		
105	32	(وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْلَا نَزَّلَ عَلَيْهِ الْقُرْآنُ جُمْلَةً وَاحِدَةً ...)
68	33	(وَلَا يَأْتُونَكَ بِمَثَلِ إِلَّا جِئْنَاكَ بِالْحَقِّ وَأَحْسَنَ تَفْسِيرًا)
157	45	(أَلَمْ تَرَ إِلَى رَبِّكَ كَيْفَ مَدَ الظَّلَّ وَلَوْشَاءَ لَجْعَلَهُ سَاكِنًا ...)
141	52	(فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدُهُمْ بِهِ جَهَادًا كَبِيرًا)
93	63	(وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هُوَنَ ...)
سورة الشعرا		
89 ، 74	13	(وَيَضِيقُ صَدْرُي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسَلْتُ إِلَيْهِ هَارُونَ)
119	89	(إِلَّا مَنْ أَتَى اللَّهَ بِقُلْبٍ سَلِيمٍ)
53	112	(قَالَ وَمَا عَلِمَيْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ)

53	197	(أَوْلَمْ يَكُنْ لَّهُمْ آيَةً أَنْ يَعْلَمَهُ عَلَمَاءُ بَنِي إِسْرَائِيلَ)
سورة النمل		
55	16	(... وَقَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ عَلِمْنَا مَنْطِقَ الطَّيْرِ ...)
108 ، 62	23 - 20	(وَتَفَقَّدَ الطَّيْرُ فَقَالَ مَا لِي لَا أَرَى الْهُدُدَ أَمْ كَانَ مِنَ الْغَائِبِينَ ...)
108	27 - 24	(وَجَدْتُهَا وَقَوْمَهَا يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ اللَّهِ ...)
67	27	(... سَنَنْظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ)
53	66	(بَلْ ادَّارَكَ عِلْمُهُمْ فِي الْآخِرَةِ ...)
71	79	(فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّكَ عَلَى الْحَقِّ الْمُبِينِ)
سورة القصر		
89 ، 74	34	(وَأَخِي هَارُونُ هُوَ فَصَحُّ مِنِي لِسَانًا فَأَرْسَلَهُ مَعِي رَدْءَاءَ يُصَدِّقُنِي ...)
51	38	(وَقَالَ فَرْعَوْنُ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ مَا عَلِمْتُ لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرِي ...)
32	51	(وَلَقَدْ وَصَلَنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لِعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ)
122 ، 93	55	(وَإِذَا سَمِعُوا الْلَّغْوَ عَرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ ...)
65	77	(وَابْتَغْ فِيمَا آتَكَ اللَّهُ الدَّارُ الْآخِرَةِ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ...)
سورة العنكبوت		
54	43	(وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْلَمُهُ إِلَّا الْعَالَمُونَ)
161 ، 109	46	(وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالْتِي هِيَ أَحْسَنُ ...)
سورة الروم		
97 ، 58	22	(وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْخِلَافُ أَسْتَنْكُمْ وَأَنْوَانِكُمْ ...)
157	29	(... فَمَنْ يَهْدِي مِنْ أَضَلَّ اللَّهُ ...)
190	32 ، 31	(... وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ...)
155	39	(... وَمَا أَتَيْتُهُمْ مِنْ زَكَاةً تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَزُوْلِئُكُمْ هُمُ الْمُضْعَفُونَ)
176	55	(وَيَوْمَ تَقْوُمُ السَّاعَةُ يُقْسِمُ الْمُجْرُمُونَ مَا لَيْثُوا غَيْرَ سَاعَةٍ ...)
سورة لقمان		
ب	14	(... أَنْ اشْكُرْ لِي وَلَوْلَدِيَّكَ إِلَيَّ الْمَصِيرُ)
73	18	(وَلَا تُصَرِّخْ حَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ في الْأَرْضِ مَرَحَّاً ...)
91	19	(وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صُوتِكَ ...)
76	21 ، 20	(أَلَمْ تَرَوْ أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ...)

سورة السجدة		
41	9	(...) وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْنَدَةَ قَلِيلًا مَا تَشْكُرُونَ)
سورة الأحزاب		
ج، 124، 161	21	(لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ...)
95	33 ، 32	(...) فَلَا تَخْضُعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعُ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرْضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا...)
61	36	(وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُؤْمِنَةً إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخَيْرَةُ...)
94	59	(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ...)
68 ، 45	71 ، 70	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُلُّوْنَ قَوْلًا سَدِيدًا...)
68 ، 47 ، 28	73 ، 72	(إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلُنَّهَا...)
سورة سباء		
57	3	(عَالَمُ الْغَيْبِ لَا يَعْزِبُ عَنْهُ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ فِي السَّمَاوَاتِ وَلَا فِي الْأَرْضِ...)
102	24	(...) وَإِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَى هُدَىٰ أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)
63 ، 15 ، 192	28	(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا...)
194 ، 160	46	(قُلْ إِنَّمَا أَعْظَمُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقْوُمُوا لِلَّهِ مَثْنَى وَفُرَادَى...)
سورة فاطر		
156	9	(وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيَاحَ فَتُثِيرُ سَحَابًا فَسُقْنَاهُ إِلَى بَلَدٍ مَيِّتٍ...)
سورة يس		
155	22 - 20	(...) قَالَ يَا قَوْمَ اتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ...)
31	81	(...) وَهُوَ الْخَالقُ الْعَلِيمُ
سورة هر		
76	7 ، 6	(وَانطَلَقَ الْمَلَأُ مِنْهُمْ أَنَّ امْشُوا وَاصْبِرُوا عَلَى آهِنَتِكُمْ إِنَّ هَذَا لِشَيْءٍ يُرَادُ...)
62	68 ، 67	(قُلْ هُوَ نَبِأٌ عَظِيمٌ...)
سورة الزمر		
180	8	(...) قُلْ تَمَتَّعْ بِكُفْرِكَ قَلِيلًا إِنَّكَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ)
115	18	(الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ إِلَيْنَا فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ...)
63	23	(الَّلَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًًا مَثَانِي...)

41	27	(ولَقَدْ ضَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنَ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لِعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ)
68 ، 25	33	(وَالَّذِي جَاءَ بِالصَّدَقَ وَصَدَقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ)
54	46	(قُلْ اللَّهُمَّ فَاطِرُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ ...)
سورة غافر		
79	52 ، 51	(إِنَّا لَنَنْصُرَ رَسُولَنَا وَالَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيَوْمَ يَقُومُ الْأَشْهَادُ ...)
سورة فصلات		
113	22 - 19	(وَيَوْمَ يُحْشَرُ أَعْدَاءُ اللَّهِ إِلَى النَّارِ فَهُمْ يُوزَعُونَ ...)
111 ، 75	26	(وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنَ وَالْفُوْلَانُ فِيهِ لَعْنَكُمْ تَغْبِلُونَ)
194 ، 123	34	(وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ...)
سورة الشورى		
67	15 ، 14	(... وَإِنَّ الَّذِينَ أُورْثُوا الْكِتَابَ مِنْ بَعْدِهِمْ لَفِي شَكٍّ مِنْهُ مُرِيبٌ ...)
112	38	(وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرَهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ ...)
68	48	(فَإِنْ أَعْرَضُوا فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِ حَفِظًا إِنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ ...)
سورة الزخرف		
194	89 ، 88	(وَقَبِيلَهُ يَا رَبِّ إِنَّ هُؤُلَاءِ قَوْمٌ لَا يُؤْمِنُونَ ...)
سورة الدخان		
56	14	(ثُمَّ تَوَلَّوْهُ عَنْهُ وَقَالُوا مَعْلُمٌ مَجْنُونٌ)
181	49	(دُقْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْكَرِيمُ)
سورة الجاثية		
158	5 - 2	(إِنَّ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِلْمُؤْمِنِينَ ...)
سورة محمد		
193	30 ، 29	(أَمْ حَسِبَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرْضٌ أَنْ لَنْ يُخْرِجَ اللَّهُ أَشْفَانَهُمْ ...)
سورة الفتح		
155	9 ، 8	(إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ...)
52	25	(... وَلَوْلَا رِجَالٌ مُؤْمِنُونَ وَنِسَاءٌ مُؤْمِنَاتٌ لَمْ تَلْعَمُوهُمْ أَنْ تَطَوَّهُمْ ...)
سورة الحجرات		
83 ، 45 ، 6 170 ، 125	6	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا ...)

86 ، 44	11	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخِرُ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ...)
85	12	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظُّنُنِ إِنَّ بَعْضَ الظُّنُنِ إِثْمٌ...)
122 ، 3	13	(يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى...)
32	16	(قُلْ أَتَعْلَمُونَ اللَّهَ بِدِينِكُمْ...)
سورة ق		
24	18	(مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ)
154	24	(الْقِيَامُ فِي جَهَنَّمَ كُلُّ كَفَّارٍ عَنِيدٍ)
سورة الذاريات		
103	39 ، 38	(وَفِي مُوسَى إِذْ أَرْسَلْنَا إِلَيْهِ فِرْعَوْنَ بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ...)
سورة النجم		
174	2 ، 1	(وَالنَّجْمُ إِذَا هَوَى...)
سورة الرحمن		
57	4 - 1	(الرَّحْمَنُ...)
116	9	(وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ)
175	13	(فَإِنَّمَا الْأَذَاءُ إِذَا رَبَّكُمَا تُكَذِّبَانَ)
سورة القمر		
103	2	(وَإِنْ يَرَوْا آيَةً يَعْرِضُوا وَيَقُولُوا سَاحِرٌ مُّسْتَمِرٌ)
102 ، 78	17	(وَلَقَدْ يَسَرَّنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهُلْ مِنْ مُّذَكَّرٍ)
62	28	(وَنَبَّهُمْ أَنَّ الْمَاءَ قِسْمٌ بَيْنَهُمْ كُلُّ شَرِبٍ مُّحَتَضٌ)
سورة الحديد		
117 ، 116	25	(لَقَدْ أَرْسَلْنَا رَسُولًا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ...)
سورة المجادلة		
24	7	(... مَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ...)
126	22	(لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمَ الْآخِرِ يُؤَدِّونَ مِنْ حَادَّ اللَّهِ وَرَسُولِهِ...)
سورة الحشر		
153	21	(لَوْأَنْزَلْنَا هَذَا الْقُرْآنَ عَلَى جَبَلٍ لَرَأَيْتَهُ خَائِشًا مُّتَصَدِّعًا مِنْ خُشْبَةِ اللَّهِ...)
سورة المتحدة		
161 ، 72	4	(قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أَسْوَةٌ حَسَنةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ...)
51	10	(... فَإِنْ عَلِمْتُمُوهُنَّ مُؤْمِنَاتٍ فَلَا تَرْجِعُوهُنَّ إِلَى الْكُفَّارِ...)

سورة الصاف		
193	8	(يُرِيدُونَ لِيُطْفَوُا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ ...)
157	10	(... هَلْ أَدْلَكُمْ عَلَى تِجَارَةٍ تُنْجِيُكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ)
سورة الجمعة		
72	5	(مَثُلُ الَّذِينَ حَمَلُوا التَّوْرَاةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثْلُ الْحَمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا ...)
سورة المناقوفون		
178	1	(إِذَا جَاءَكَ الْمُنَاقِفُونَ قَالُوا نَشْهُدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ ...)
سورة الطلاق		
195	3	(... وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بِالْعَمْرِ ...)
سورة التحريم		
145	9	(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدُ الْكُفَّارَ وَالْمُنَاقِفِينَ وَاغْلُظْ عَلَيْهِمْ ...)
سورة الملك		
41	23	(قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْنَدَةَ قَبْلًا مَا تَشْكُرُونَ)
سورة القلم		
194	16 - 13	(عُتُلْ بَعْدَ ذَلِكَ زَنِيمٍ ...)
سورة الحاقة		
157	3 - 1	(الْحَاقَةُ ...)
سورة نوم		
162	12 - 10	(فَقُتِلَتْ اسْتَغْفِرُوا رَبِّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَارًا ...)
سورة المزمل		
181	4	(... وَرَتَلَ الْقُرْآنَ تَرْتِيلًا)
سورة الإنسان		
45	10	(إِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ لَا تُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكُورًا)
155	21,22	(... وَسَقَاهُمْ رَبِّهِمْ شَرَابًا طَهُورًا ...)
سورة النازعات		
101	19 - 17	(اذْهَبْ إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى ...)
157	42	(يَسْأَلُونَكَ عَنِ السَّاعَةِ أَيَّانَ مُرْسَاهَا)
سورة عبس		
178	1	(عَبَسَ وَتَوَلَّ)

سورة التكوير		
177	13 - 1	(إِذَا الشَّمْسُ كُوَرَتْ ...)
سورة الانفطار		
154	6	(يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمَ)
سورة البروج		
178	3 - 1	(وَالسَّمَاءُ ذَاتُ الْبُرُوجِ ...)
سورة الأعلى		
178	1	(سُبْحَانَ رَبِّكَ الْأَعْلَى)
سورة الشمس		
188	10 - 7	(وَنَفْسٌ وَمَا سَوَاهَا ...)
سورة الشرم		
178	1	(أَلَمْ يَشْرَحْ لَكَ صَدْرَكَ)
سورة التين		
178	3 - 1	(وَالْتَّيْنِ وَالزَّيْنُونِ ...)
سورة العلق		
43	5 - 1	(اقْرَا بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ...)
سورة البينة		
71	5	(وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لِهِ الدِّينَ حُنَافَاءِ ...)
سورة التكاثر		
178	1	(أَلَهُمْ تَكَاثُرُ)
سورة الفيل		
156	2	(أَلَمْ يَجْعَلْ كَيْدُهُمْ فِي تَضليلٍ)
سورة قريش		
178	1	(لَا يُلْفَافُ قُرِيشٌ)
سورة الكوثر		
156	2 ، 1	(إِنَّا أَعْطَيْنَاكَ الْكَوْثُرَ ...)
سورة الكافرون		
178	1	(قُلْ يَا أَيُّهَا الْكَافِرُونَ)

سورة المسد		
178	1	(تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَّيْ وَنَبَّ)
سورة الناس		
175	5 - 1	(قُلْ أَعُوذُ بِرَبِّ النَّاسِ...)

ثانياً: فهرس الأحاديث النبوية

الصفحة	أخرجه	الحكم	الراوي	الحديث	•
10	البخاري	صحيح	عبد الله بن عمر	بلغوا عنِّي ولو آية... ...	1
11	الترمذى	حسن	حذيفة بن اليمان	والذى نفسي بيده لتأمُرُنَ بالمعروف ...	2
14	مسلم	صحيح	أنس بن مالك	أَنْتُمْ أَعْلَمُ بِشَئْوَنِ دُنْيَاكُمْ	3
44	البخاري و مسلم	صحيح	أبو هريرة	لَا تَحَاسِدُوا، وَلَا تَنَاجِشُوا، ...	4
45	البخاري و مسلم	صحيح	عبد الله بن مسعود	عَلَيْكُمُ الصَّدْقَ، فَإِنَّ الصَّدَقَ يَهْدِي... ...	5
46	البخاري و مسلم	صحيح	أبو موسى الأشعري	سَمِعَ النَّبِيُّ ۝ رَجُلًا يَثْنِي عَلَىِ رَجُلٍ... ...	6
48	البخاري و مسلم	صحيح	أبو هريرة	إِنَّ الْعَبْدَ لِيَتَكَلَّمَ بِالْكَلْمَةِ ...	7
59	الترمذى	غريب	أنس بن مالك	لَعْنُ رَسُولِ اللَّهِ ۝ فِي الْخَمْرِ عَشَرَةً ...	8
102	البخاري و مسلم	صحيح	أنس بن مالك	يُسْرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا ...	9

ثالثاً: ثبت المصادر والمراجع

• القرآن الكريم.

× أولاً: التفاسير:

- (1) إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم: القاضي محمد بن محمد بن مصطفى العمادي الحنفي، تحقيق: الشيخ محمد صبحي حسن حلاق، دار الفكر للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.
- (2) الأساس في التفسير: سعيد حوى، دار السلام - مصر، الطبعة السادسة، 1424هـ/2003م.
- (3) التحرير والتوضير: الشيخ محمد الطاهر بن عاشور، دار سخون للنشر والتوزيع، تونس، 1997م.
- (4) التسهيل لعلوم التنزيل: الشيخ أبو القاسم محمد بن أحمد بن جزي الكلبي، ضبط وتصحيح: محمد سالم هاشم، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1415هـ/1995م.
- (5) التفسير الكبير: الإمام تقى الدين بن نعيم، تحقيق: الدكتور عبد الرحمن عميرة، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1408هـ/1988م.
- (6) التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج: الأستاذ الدكتور وهبة الزحيلي، دار الفكر العربي المعاصر، لبنان، الطبعة الأولى، 1411هـ/1991م.
- (7) الجامع لأحكام القرآن: أبو عبد الله محمد بن أحمد القرطبي، تحقيق: هشام سمير البزارى، دار عالم الكتب، الرياض - السعودية، 1423هـ/2003م.
- (8) الدر المنثور في التفسير المأثور: الإمام جلال الدين عبد الرحمن السيوطي، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1411هـ/1990م.
- (9) السراج المنير: الشيخ الخطيب الشريبي، دار المعرفة للطباعة والنشر، لبنان، الطبعة الثانية.
- (10) الفتوحات الإلهية بتوسيع تفسير الجلالين لل دقائق الخفية: سليمان بن عمر العجيلي الشافعى الشهير بالجمل، دار إحياء الكتب العربية، مصر.
- (11) الكشاف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل: أبو القاسم جار الله محمود الزمخشري، شرح وضبط ومراجعة: يوسف الحمadi، مكتبة مصر، القاهرة - مصر.

- (12) المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز: القاضي أبو محمد عبد الحق بن غالب بن عطيه الأندلسي، تحقيق: المجلس العلمي بفاس، 1399هـ/1979م.
- (13) المقتطف من عيون التفاسير: العلامة مصطفى الخيري المنصوري، تحقيق: محمد علي الصابوني، دار السلام للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 1417هـ/1996م.
- (14) النكت والعيون: أبو الحسن علي بن محمد بن حبيب الماوردي، مراجعة وتعليق: السيد بن عبد المقصود بن عبد الرحيم، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1412هـ/1992م.
- (15) أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير: أبو بكر جابر الجزائري، الطبعة الأولى، 1414هـ/1993م.
- (16) بحر العلوم: أبو الليث نصر بن محمد بن أحمد السمرقندى، تحقيق: الشيخ علي محمد معوض وآخرون، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1413هـ/1993م.
- (17) تفسير الشعراوى: محمد متولى الشعراوى، مطابع دار أخبار اليوم، مصر.
- (18) تفسير القرآن العظيم: أبو الفداء بن كثير الدمشقى، مكتبة مصر، مصر.
- (19) تفسير آيات الأحكام: الشيخ محمد علي الصابوني، دار الصابوني للطباعة والنشر، مصر، الطبعة الأولى، 1420هـ/1999م.
- (20) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان: عبد الرحمن بن ناصر السعدي، دار الفجر للتراث، مصر، الطبعة الأولى، 1424هـ/2003م.
- (21) شذرات من تفسير سورة الكهف: الشيخ عبد الكريم الكحلوت، 1424هـ.
- (22) روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثانى: العلامة الألوسى البغدادى، دار إحياء التراث العربى، بيروت - لبنان، الطبعة الرابعة، 1405هـ/1985م.
- (23) زاد المسير في علم التفسير: أبو الفرج جمال الدين بن عبد الرحمن الجوزي، تحقيق: محمد بن عبد الرحمن عبد الله، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1407هـ/1987م.
- (24) زهرة التفاسير: الإمام محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي.
- (25) صفوۃ التفاسیر: محمد علي الصابوني، دار الفكر، بيروت - لبنان، 1421هـ/2001م.
- (26) عمدة التفسير عن الحافظ بن كثير: اختصار وتحقيق أحمد محمد شاكر، 1375هـ/1956م.

- (27) فتح الرحمن في تفسير القرآن: الأستاذ الدكتور عبد المنعم أحمد تعليب، دار السلام للطباعة والنشر، مصر، الطبعة الأولى، 1416هـ/1995م.
- (28) فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدرایة من علم التفسير: محمد بن علي بن محمد الشوكاني، دار الفكر للطباعة والنشر، القاهرة - مصر.
- (29) في رحاب التفسير: عبد الحميد كشك، المكتب المصري الحديث، مصر.
- (30) في ظلال القرآن: سيد قطب، دار الشروق، القاهرة - مصر، الطبعة السابعة والثلاثون، 1429هـ/2008م.
- (31) مجمع البيان في تفسير القرآن: الشيخ أبو علي الفضل بن الحسن الطبرسي، دار الفكر للطباعة والنشر، لبنان، 1414هـ/1994م.
- (32) محسن التأويل: محمد جمال القاسمي، تصحیح وتعليق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية، القاهرة - مصر.
- (33) مدارك التنزيل وحقائق التأويل: الإمام أبو البركات عبد الله بن أحمد بن محمود النسفي، تحقيق: سيد زكريا، مكتبة نزار مصطفى الباز، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1421هـ/2000م.
- (34) مفاتح الغيب: الإمام فخر الدين الرازي، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1411هـ/1990م.
- (35) نظم الدرر في تناسب الآي والسور: برهان الدين أبو الحسن إبراهيم البقاعي، تحقيق: عبد الرزاق غالب المهدى، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، 1415هـ/1995م.
- (36) ورقات في معاني سورة الحجرات: الشيخ عبد الكريم الكحطوت، 1424هـ.

× ثانياً: علوم القرآن:

- (37) أسباب النزول: الإمام جلال الدين السيوطي، تحقيق: حامد أحمد الطاهر، دار الفجر للتراث، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1423هـ/2002م.
- (38) أساليب البيان في القرآن والسنة: الدكتور عصام العبد زهد والدكتور زكريا إبراهيم الزميلي، دار المقادد للطباعة، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 1428هـ/2007م.
- (39) الإتقان في علوم القرآن: الإمام جلال الدين السيوطي، خرج أحاديثه: أحمد بن شعبان بن أحمد، مكتبة الصفا، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1427هـ/2006م.
- (40) البرهان في علوم القرآن: الإمام بدر الدين محمد الزركشي، تحقيق: أبو الفضل الدمياطي، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1427هـ/2006م.

- (41) الترجمان والدليل لآيات التزيل: الشيخ المختار أحمد محمود الشنقيطي، عالم الكتاب، لبنان، الطبعة الأولى، 1422هـ/2001م.
- (42) التصوير الفني في القرآن: سيد قطب، دار الشروق، مصر، الطبعة التاسعة عشرة، 2007م.
- (43) التفسير الموضوعي بين النظرية والتطبيق: الدكتور صلاح عبد الفتاح الخالدي، دار النفاس، الأردن، الطبعة الأولى، 1418هـ/1997م.
- (44) الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم: الدكتور حسين محمد فهمي الشافعي، دار السلام، مصر، الطبعة الثانية، 1422هـ/2002م.
- (45) الفهرس الموضوعي لآيات القرآن الكريم: محمد عوض العايدى، مركز الكتاب للنشر، مصر، الطبعة الأولى، 1424هـ/2004م.
- (46) القصة في القرآن الكريم: الدكتور محمد سيد طنطاوى، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2001م.
- (47) القصص الهداف كما نراها في سورة الكهف: الشيخ محمد محمد المدنى، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، 1384هـ/1964م.
- (48) بحوث منهجية في علوم القرآن: موسى إبراهيم الإبراهيم، دار عمار، عمان - الأردن، الطبعة الثانية، 1416هـ/1996م.
- (49) بصائر ذوي التمييز في لطائف الكتاب العزيز: مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادى، تحقيق: الأستاذ محمد علي النجار، لجنة إحياء التراث الإسلامي، الإمارات، 1389هـ/1969م.
- (50) بلاغة الكلمة في التعبير القرآني: الأستاذ الدكتور فاضل صالح السامرائي، شركة العنكبوت لصناعة الكتاب، مصر، الطبعة الثانية، 1427هـ/2006م.
- (51) جامع البيان في القراءات السبع: أبو عمرو عثمان بن سعيد الداني، تحقيق: الأستاذ عبد الرحيم الطرهوني والدكتور يحيى مراد، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1427هـ/2006م.
- (52) خواطر قرآنية: الأستاذ عمرو خالد، دار الإباء للنشر والتوزيع، القدس - فلسطين، الطبعة الأولى، 1424هـ/2004م.
- (53) مباحث في التفسير الموضوعي نظريةً وتطبيقاً: الدكتور عبد السلام اللوح والدكتور عبد الكريم الدهشان، الطبعة الثانية، 1427هـ/2006م.

(54) مباحث في علوم القرآن: مناج القطن، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الخامسة والثلاثون، 1419هـ/1998م.

(55) من أسرار البناء الداخلي في القرآن الكريم: محمد السويركي، الطبعة الأولى.

× ثالثاً: الحديث الشريف وعلومه:

(56) الجامع المختصر من السنن عن رسول الله ﷺ ومعرفة الصحيح والمعلول وما عليه العمل (سنن الترمذى): أبو عيسى محمد بن عيسى بن سورة، تحقيق: صدقى محمد جمیل العطار، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 1414هـ/1994م.

(57) الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسنته وأيامه (صحيح البخاري): الحافظ أبو عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري، الزهراء للإعلام العربي، مصر، 2006م.

(58) سنن ابن ماجة: الحافظ أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، تحرير وعناية: صدقى جمیل العطار، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.

(59) سنن أبي داود: الإمام الحافظ أبو داود سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1408هـ/1988م.

(60) صحيح مسلم: الإمام أبو الحسن مسلم بن الحاج القشيري النيسابوري، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.

× رابعاً: الفقه الإسلامي:

(61) آثار الحرب في الفقه الإسلامي دراسة مقارنة: الدكتور وهبة الزحيلي، دار الفكر، دمشق - سوريا، الطبعة الثالثة، 1419هـ/1998م.

(62) الجهاد والقتال في السياسة الشرعية: الدكتور محمد خير هيكل، دار البيارق، دمشق - سوريا، الطبعة الثانية، 1417هـ/1996م.

(63) اللباس والزيينة في الشريعة الإسلامية: الدكتور محمد عبد العزيز عمرو، مؤسسة الرسالة، سوريا، الطبعة الثانية، 1405هـ/1985م.

(64) الموسوعة الفقهية: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت، مطبع دار الصفوة، مصر، الطبعة الرابعة، 1414هـ/1993م.

(65) سبل السلام شرح بلوغ المرام من جمع أدلة الأحكام: الشيخ محمد بن إسماعيل الصناعي، تحقيق: عصام الدين الصباطي وعماد السيد، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1425هـ/2004م.

(66) فقه السنة: السيد سابق، دار الفتح للإعلام العربي، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1420هـ/1999م.

× خامسًاً: المعاجم اللغوية:

(67) الأداء القاموس العربي الشامل: دار الراتب الجامعية، لبنان، الطبعة الأولى، 1997م.

(68) الأفعال في القرآن الكريم: الدكتور عبد الحميد مصطفى السيد، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2004م.

(69) البستان: الشيخ عبد الله البستانى، مكتبة لبنان، لبنان، الطبعة الأولى، 1992م.

(70) القاموس المحيط: الإمام مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان.

(71) الكليات معجم في المصطلحات والفروق اللغوية: أبو البقاء أبوبن موسى الحسيني الكفووي، تحقيق: الدكتور عدنان درويش ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الثانية، 1413هـ/1993م.

(72) المحيط في اللغة: الصاحب إسماعيل بن عباد، تحقيق: الشيخ محمد حسن آل ياسين، عالم الكتب، لبنان، الطبعة الأولى، 1414هـ/1994م.

(73) المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتكلميها: جماعة من كبار اللغويين العرب، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

(74) المعجم الفريد لمعاني كلمات القرآن المجيد: الأستاذ الشيخ كامل محمد الجرار، الطبعة الأولى، 1427هـ/2006م.

(75) المعجم الوجيز لألفاظ القرآن الكريم: الدكتور نبيل عبد السلام هارون، دار نجم، الطبعة الأولى، 1417هـ/1997م.

(76) المفردات في غريب القرآن: أبو القاسم حسين بن محمد الراغب الأصفهاني، تحقيق: محمد سيد كيلاني، دار المعرفة، بيروت - لبنان.

(77) تهذيب اللغة: أبو منصور محمد بن أحمد الأزهري، تحقيق: الأستاذ محمد علي النجار، الدار المصرية للتأليف والترجمة.

(78) جمهرة اللغة: أبو بكر محمد بن الحسن بن دريد، تحقيق: الدكتور رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملائين، لبنان، الطبعة الأولى، 1987م.

(79) لسان العرب: أبو الفضل جمال الدين محمد بن منظور، دار صادر، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1410هـ/1990م.

(80) محيط المحيط: المعلم بطرس البستانى، مكتبة لبنان، لبنان، 1998م.

(81) معجم أمهات الأفعال معانيها وأوجه استعمالها: أحمد عبد الوهاب بكير، دار الغرب الإسلامي، لبنان، الطبعة الأولى، 1997م.

(82) معجم تفسير مفردات ألفاظ القرآن الكريم: سميح عاطف الزين، الدار الإفريقية العربية ومجمع البيان الحديث.

× **سادساً: الثقافة العامة:**

(83) أجنحة المكر الثلاثة: عبد الرحمن حسن جبنكة الميداني، دار القلم، دمشق - سوريا، الطبعة الثامنة، 1420هـ/2000م.

(84) إحياء علوم الدين: أبو حامد محمد بن محمد الغزالى، دار المعرفة، لبنان.

(85) آداب البحث والمناظرة: محمد الأمين الشنقيطي، دار ابن تيمية للطباعة والنشر، القاهرة - مصر.

(86) أدب الحوار في الإسلام: الدكتور محمد سيد طنطاوي، دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1997م.

(87) ادع إلى سبيل ربك: الدكتور مصلح سيد بيومي، المكتبة التوفيقية، مصر، الطبعة الثانية، 1379هـ/1979م.

(88) أساليب الغزو الفكري للعالم الإسلامي: الدكتور علي جريشة ومحمد شريف الزبيق، دار الاعتصام، مصر.

(89) استراتيجية الإعلام الإسلامي: الدكتور جمال النجار، دار السعادة للطباعة، مصر، الطبعة الأولى، 1416هـ، 1995م.

(90) استراتيجية الإعلام العربي: الدكتور السيد عليوة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1978م.

(91) أصول الإعلام الإسلامي: الدكتور إبراهيم إمام، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر.

(92) أصوات على الإعلام في صدر الإسلام: الدكتور محمد عجاج الخطيب، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1405هـ/1985م.

(93) الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية: الدكتور محمد محمود مهدى، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005م.

(94) الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال: الدكتورة فؤادة عبد المنعم البكري، عالم الكتب، مصر.

(95) الاتصالات والتقارير الأمنية: اللواء سراج الدين الروبي، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2000م.

- (96) الأخلاق الإسلامية وأسسها: عبد الرحمن حبنكة الميداني، دار القلم، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 1399هـ/1979م.
- (97) الأساليب الفنية في التحرير الصحفى: الدكتور عبد العزيز شرف، دار قباء، القاهرة - مصر، 2000م.
- (98) الأسس العلمية لنظريات الإعلام: الدكتورة جيهان أحمد رشتي، دار الفكر العربي، مصر.
- (99) الإسلام عقيدة وشريعة: الإمام محمود شلتوت، دار الشروق، القاهرة - مصر، الطبعة السادسة، 1972م.
- (100) الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع: محمد بن دغش سعيد القحطاني، دار طويق، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1418هـ/1997م.
- (101) الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف: الدكتور سيد محمد ساداتي الشنقيطي، دار عالم الكتب، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1411هـ/1991م.
- (102) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر: عبد الله قاسم الوشلي، الطبعة الثانية، دار عمان للنشر والتوزيع، اليمن، 1414هـ/1993م.
- (103) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية: الدكتور محيي الدين عبد الحليم، مكتبة الخانجي، القاهرة - مصر، الطبعة الثانية، 1984م.
- (104) الإعلام الأمني: الدكتور أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 2002م.
- (105) الإعلام الأمني المفهوم والتعريف: علي عجوة، الندوة العلمية الخامسة والأربعون، جامعة الأزهر، القاهرة - مصر، 1997م.
- (106) الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق: الدكتور جاسم خليل ميرزا، مركز الكتاب للنشر، الطبعة الأولى، 1426هـ/2006م.
- (107) الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث: حمدي شعبان، أكاديمية الشرطة، القاهرة - مصر، 1997م.
- (108) الإعلام الدولي في العصر الحديث: الدكتور عبد الله محمد زلطة، دار النشر للجامعات، مصر، 1421هـ/2001م.
- (109) الإعلام العربي المعاصر مفهومه ورسالته وقضاياها: الدكتور أحمد كامل، مكتبة المكتبة، أبو ظبي - الإمارات، النسخة الأخيرة.
- (110) الإعلام الشرطي بدولة الإمارات العربية المتحدة: محمد خليفه، مركز بحوث شرطة الشارقة، الشارقة - الإمارات، 1999م.

- (111) الإعلام العسكري الأردني: العميد الركن محمد خلف الرقاد، المطبع العسكري، الأردن، 2006م.
- (112) الإعلام بقواعد القانون الدولي وال العلاقات الدولية في الشريعة الإسلامية، الدكتور أحمد أبو الوفا، دار النهضة العربية، مصر، الطبعة الثانية، 1428هـ/2007م.
- (113) الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل: سهيلة زين العابدين حماد، مكتبة العبيكات، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1424هـ/2003م.
- (114) الإعلام في ضوء الإسلام: الدكتور عمارة نجيب، مكتبة المعارف، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1400هـ/1980م.
- (115) الإعلام في القرآن الكريم: الدكتور محمد عبد القادر حاتم، مكتبة الأسرة، مصر، 2003م.
- (116) الإعلام له تاريخه ومذاهبها: الدكتور عبد اللطيف حمزة، 1965م.
- (117) الإعلام نشأته وأساليبه ووسائله وما يؤثر فيه: الدكتور يوسف محيي الدين أبو هلال، مكتبة الرسالة الحديثة، الأردن، الطبعة الأولى، 1408هـ/1987م.
- (118) الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام: الدكتور سمير محمد محسن، عالم الكتب، مصر، الطبعة الأولى، 1984م.
- (119) الإعلام والبيت المسلم: الأستاذ فهمي قطب الدين النجار، شركة النشر للشاعع، الكويت، الطبعة الأولى، 1405هـ/1985م.
- (120) الأمن وإدارة أمن المؤتمرات: محمد غالب بكزاده، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، الطبعة الثانية، 2000م.
- (121) البعد الديني في السياسة الأمريكية تجاه الصراع العربي الصهيوني: يوسف الحسن، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، 1990م.
- (122) التثبت والتبيين في المنهج الإسلامي: الدكتور أحمد محمد العليمي، دار ابن حزم، لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2000م.
- (123) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام: الدكتور محمود كرم سليمان، دار الوفاء، مصر، الطبعة الأولى، 1409هـ/1988م.
- (124) التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة: سور حمن هدایات، دار السلام، مصر، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.
- (125) التقسيم الإعلامي للسيرة النبوية: الدكتور عبد المنعم خفاجي والدكتور عبد العزيز شرف، دار الجيل، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1412هـ/1992م.

- (126) الثقافة الإسلامية: الدكتور رمضان الزيان وآخرون، مكتبة ومطبعة دار المنارة، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 1428هـ/2007م.
- (127) الثقافة الإسلامية: الدكتور عبد الملك عودة وآخرون، منشورات جامعة صنعاء، صنعاء - اليمن، الطبعة الرابعة، 1411هـ/1990م.
- (128) الحرب النفسية الحديثة: الدكتور خليل إبراهيم حسونة والدكتور مروان حمدان الصالح، مكتبة الأمل التجارية، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 2004م.
- (129) الحوار أصوله وضوابطه وأثره في الدعوة الإسلامية: الأستاذ يوسف فرات، مركز العلم والثقافة، فلسطين، 1427هـ/2007م.
- (130) الخطابة أصولها وتاريخها في أزهر عصورها عند العرب: الإمام محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي، مصر، الطبعة الأولى، 1934م.
- (131) الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها: الدكتور يحيى علي يحيى الدجني، مكتبة آفاق، غزة - فلسطين، الطبعة الثانية، 1428هـ/2007م.
- (132) الدعوة الإسلامية منهاجها ومعالمها: الدكتور أحمد عمر هاشم، مكتبة غريب، مصر.
- (133) الرأي العام في الإسلام: الدكتور محيي الدين عبد الحليم، مكتبة الخانجي، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1403هـ/1982م.
- (134) الرأي العام والإعلام والدعائية: الدكتور هاني الرضا والدكتور رامز محمد عمار، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1418هـ/1998م.
- (135) السلام العالمي والإسلام: سيد قطب، دار الشروق، القاهرة - مصر، الطبعة السابعة، 1403هـ/1983م.
- (136) السهل الممتنع مهارات التفاوض وفنون الحوار والاتفاق: الدكتور علي الحمادي، دار ابن حزم، لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2000م.
- (137) السيرة النبوية والإعلام الإسلامي: أمينة الصاوي وآخرون، مكتبة مصر، مصر.
- (138) السيرة النبوية عرض وقائع وتحليل أحداث: الدكتور علي محمد الصلاحي، دار الفجر للتراث، مصر، الطبعة الأولى، 1424هـ/2003م.
- (139) الصحوة الإسلامية بين الاختلاف المشروع والتفرق المذموم: الدكتور يوسف القرضاوي، مؤسسة الرسالة، الطبعة الثالثة، 1414هـ/1993م.
- (140) العلاقات الدولية في الإسلام: الشيخ محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر.

- (141) العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع: الدكتور حسين عبد الحميد رشوان، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997م.
- (142) القضايا الإيمانية في العقيدة الإسلامية: الدكتور زكريا عبد الرزاق المصري، دار بيروت المحروسة، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 2002م.
- (143) المدخل إلى علم الدعوة: محمد أبو الفتح البيانوني، مؤسسة الرسالة، لبنان، الطبعة الثالثة، 1420هـ/1999م.
- (144) المدخل إلى وسائل الإعلام: الدكتور عبد العزيز شرف، دار الكتاب المصري، مصر، الطبعة الثانية، 1409هـ/1989م.
- (145) المسئولية الإعلامية في الإسلام: الدكتور محمد سيد محمد، دار الرفاعي، الطبعة الأولى، 1983م.
- (146) المنهج الحركي للسيرة النبوية: منير محمد الغضبان، دار الوفاء، مصر، الطبعة العاشرة، 1419هـ/1998م.
- (147) النظم الإسلامية نشأتها وتطورها: الدكتور صبحي الصالح، دار العلم للملايين، لبنان، الطبعة الرابعة، 1978م.
- (148) بناء الأمة المسلمة الواحدة والنظرية العامة للدعوة الإسلامية: الدكتور عدنان علي رضا النحوبي، دار النحوبي، السعودية، الطبعة الأولى، 1417هـ/1997م.
- (149) حقوق الإنسان بين تعاليم الإسلام وإعلان الأمم المتحدة: الشيخ محمد الغزالى، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر، الطبعة الثامنة، 1984م.
- (150) دراسات في السيرة: الدكتور طالب أبو شعر وآخرون، مطبعة الرنتيسي، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 1422هـ/2002م.
- (151) صفات الداعية وكيفية حمل الدعوة: سميحة عاطف الزين، دار الكتاب اللبناني، لبنان.
- (152) علم اجتماع الاتصال والإعلام: الأستاذ الدكتور غريب سيد أحمد، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996م.
- (153) علم اجتماع الإعلام: الدكتور جبارة عطية جبارة، دار الوفاء، مصر.
- (154) علم اجتماع الإعلام رؤية سوسنولوجية مستقبلية: الدكتور حميد جاعد الدليمي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، 2006م.
- (155) فقه الدعوة إلى الله وفقه النصح والإرشاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، دار القلم، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 1417هـ/1996م.

- (156) فقه الحوار في ضوء السنة النبوية: الأستاذ الدكتور أحمد عبده عوض، ألفا للنشر والإنتاج الفنى، مصر، الطبعة الأولى، 1429هـ/2008م.
- (157) فقه السيرة النبوية: الدكتور محمد سعيد رمضان البوطي، دار الفكر المعاصر، بيروت - لبنان، الطبعة الحادية عشرة، 1991م.
- (158) كبرى اليقينيات الكونية: الدكتور محمد سعيد رمضان البوطي، دار الفكر المعاصر، بيروت - لبنان، 1421هـ/2000م.
- (159) كيف تعاور: طارق بن علي الحبيب، دار المسلم، الرياض - السعودية، 1994م.
- (160) مائة سؤال عن الإعلام: طلعت همام، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1403هـ/1983م.
- (161) مدخل إلى الإعلام: الدكتور سيد محمد ساداتي الشنقيطي، دار عالم الكتب، الرياض - السعودية، الطبعة الثانية، 1417هـ/1996م.
- (162) مدخل إلى الإعلام الإسلامي: الدكتور صلاح الدين إبراهيم حماد والدكتور أحمد إبراهيم حماد، مكتبة المكتبة، فلسطين، 2008م.
- (163) مدخل إلى الإعلام والرأي العام: الدكتور محمد عبد الملك المتوكل، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة - مصر.
- (164) مدخل إلى الدراسات الإعلامية: الدكتور تيسير مشارقة، بيت المقدس، فلسطين، الطبعة الأولى، 2002م.
- (165) مدخل إلى علم الاتصال: الدكتور منال طلعت محمود، المكتب الجامعي الحديث، مصر.
- (166) مدخل إلى علم الاتصال والإعلام: الدكتور زاهر زكار، مركز الإشعاع الفكري للدراسات والبحوث، فلسطين، الطبعة الثانية، 2004م.
- (167) مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام، الدكتور سعد عبد الله عاشور، الطبعة الأولى، 1428هـ/2007م.
- (168) مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي: نخبة من المفكرين والكتاب، مؤسسة الخليج للنشر والطباعة، قطر، الطبعة الأولى، 1411هـ.
- (169) مقومات رجل الإعلام الإسلامي: تيسير محبوب الفتياوي، دار عمان للنشر، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 1987م.
- (170) من توجيهات الإسلام: الإمام محمود شلتوت، دار القلم، مصر، 1966م.
- (171) من قضايا الفكر في وسائل الإعلام: حمد بكر العليان، السعودية، الطبعة الأولى، 2007م.

- (172) مهارات الاتصال: راشد علي عيسى، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية في قطر، الطبعة الأولى، 1425هـ/2004م.
- (173) نحو إعلام إسلامي: الدكتور صلاح الدين إبراهيم حماد، مكتبة آفاق، غزة - فلسطين، 2003.
- (174) نحو إعلام إسلامي إعلامنا إلى أين؟: المستشار الدكتور علي جريشة، مكتبة وهبة، مصر، الطبعة الأولى، 1409هـ/1989م.
- (175) وسائل الاتصال: عبد الرحمن محمد المبيضين، دار البركة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001.
- (176) وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام: أسامة يوسف شهاب، دار المعرفة، عمان - الأردن، 1402هـ/1982م.
- (177) وسائل الاتصال السياحي: الدكتور نعيم الظاهر والدكتور عبد الجابر تيم، دار اليازوري، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2001.
- (178) وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة: محمد موفق الغلايینی، دار المنارة للنشر والتوزيع، جدة - السعودية، الطبعة الأولى، 1405هـ/1985م.

سبعاً: الدوريات:

- ٧ أولاً: مجلة الأزهر: دورية تصدر عن مجمع البحث الإسلامي بالأزهر:
- (179) مقال (الإعلام الإسلامي في مواجهة الدائرة الدعائية الثانية: دعاية أهل الكتاب): الأستاذ حسن علي العنيسي، جمادى الأولى 1403هـ / فبراير 1983م.
- (180) مقال (الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية بالتطبيق على إثيوبيا): حمدي الليثي، محرم 1404هـ / أكتوبر 1983م.
- (181) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 1): الأستاذ حسن علي العنيسي، ربيع أول 1405هـ / ديسمبر 1984م.
- (182) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 2): الأستاذ حسن علي العنيسي، ربيع آخر 1405هـ / يناير 1985م.
- (183) مقال (الإنسان في نظر العسكرية الإسلامية): اللواء أركان حرب محمد جمال الدين محفوظ، رجب 1405هـ / إبريل 1985م.
- (184) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 4)، الأستاذ حسن علي العنيسي، شوال 1405هـ / يونيو ويوليو 1985م.

(185) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 5): الأستاذ حسن علي العنبيسي، ذو الحجة 1405هـ / سبتمبر 1985م.

(186) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 6): الأستاذ حسن علي العنبيسي، جمادى الآخرة 1406هـ / فبراير ومارس 1986م.

(187) مقال (أزمة اللغة العربية في الإعلام والإعلان وعلاجها): الأستاذ عبد الحفيظ نصار، ذو الحجة 1407هـ / أغسطس 1987م.

(188) مقال (أهمية الكلمة في الإعلام الإسلامي): الأستاذ الدكتور أحمد عبده عوض، شوال 1421هـ / يناير 2001م.

(189) مقال (الإعلام الإسلامي ضرورة): عادل رفاعي خفاجة، ذو الحجة 1423هـ / فبراير 2003م.

٧ مجلة الإسراء: دورية تصدر عن دار الفتوى والبحوث الإسلامية بالقدس:

(190) مقال (دور المرأة في الإعلام الإسلامي): سمية الشيخ علي، العدد الثامن عشر، جمادى الأولى والآخرة 1419هـ / أيلول وتشرين أول 1998م.

(191) مقال (الحوار والتفاعل الحضاري): الدكتور عبد العزيز بن عثمان التويجري، العدد العشرون، رمضان وشوال 1419هـ / شباط 1999م.

(192) مقال (الإعلام الإسلامي في ظل العولمة): الأستاذ عارف سليم، العدد الخامس والخمسون، رجب وشعبان 1425هـ / أيلول 2004م.

(193) مجلة الإسلام اليوم: دورية تصدرها المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة إيسسكو، مقال (الإعلام الإسلامي في واقعه الجديد قوة دفع للعمل الإسلامي المشترك): عبد الهادي بوطالب، العدد السابع، السنة السابعة، 1409هـ / 1989م.

٧ مجلة الأمة: تصدر عن رئاسة المحاكم الشرعية والشئون الدينية بقطر:

(194) مقال (الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجاداً وتعميقاً): حسن فضل المولى دفع الله، العدد السادس والخمسون، شعبان 1405هـ / إبريل 1985م.

(195) مقال (حاجة العصر ومسؤولية الأمة): أبو الحسن علي الحسني الندوبي، العدد السادس والخمسون، شعبان 1405هـ / إبريل 1985م.

(196) مقال (الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر): الدكتور محمد سيد محمد، العدد الثامن والخمسون، شوال 1405هـ / يونيو 1985م.

(197) مجلة البیادر السياسي: مقال (الحكمة في الدعوة إلى الله: المفهوم والتطبيق): الشيخ جمال محمد بواطنة، العدد 846، كانون الثاني 2004م.

(198) **مجلة البيان**: دورية تصدر عن مركز البيان للثقافة والإعلام في فلسطين: مقال (الإعلام الإسلامي الواقع والطموح): ماهر أبو زر، العدد الرابع عشر، رمضان 1417هـ / يناير 1997م.

٧ مجلة الوعي الإسلامي: دورية تصدر عن وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت:

(199) مقال (الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق): عاطف شحاته زهران، العدد 306، جمادى الثاني 1410هـ / يناير 1990م.

(200) مقال (الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والمواعظ الحسنة): الشيخ علي خالد شربجي، العدد 377، رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

(201) مقال (الكلمة ومكانتها في الإعلام الإسلامي): عبد الله زنجير، العدد 377، رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

(202) **مجلة منبر الإسلام**: دورية تصدر عن المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ووزارة الأوقاف بالقاهرة، مقال (حاجة المجتمع إلى الإعلام الإسلامي): عبد الرسول الزرقاني، رجب 1405هـ / إبريل 1985م.

(203) **مجلة هدي الإسلام**: دورية تصدر عن إدارة الأوقاف والشئون وال المقدسات الإسلامية بالقدس، مقال (الإعلام الإسلامي نحو منهج علمي متميز): الدكتور كرم شلبي، ربيع الثاني 1909هـ.

× ثامناً: الدراسات والأبحاث:

(204) الإعلام الإسلامي في العهد الأموي (رسالة ماجستير): زكي محمد القرمان، إشراف الدكتور أحمد فرات، 1402هـ.

(205) الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية (رسالة ماجستير): حسام خليل عايش، إشراف الدكتور مازن إسماعيل هنية، 1428هـ / 2007م.

(206) الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي (رسالة ماجستير): إيمان محمد بركة، إشراف الدكتور مازن إسماعيل هنية، 1429هـ / 2008م.

(207) دور الإعلام في انتشار الجرائم: الدكتور نور الدين هنداوي، بحث مقدم لمؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة، كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات، 2001م.

(208) دور الإعلام في زيادة وتيرة الانحراف الناتج عن العولمة والاختلاط بالإنترنت: الأستاذ الدكتور محمد توهيل فايز عبد إسعيدي، بحث مقدم لمؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة، كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات، 2001م.

(209) دور الوسائل التقنية والإعلامية في مكافحة الجريمة في عصر العولمة: الدكتور عبد الحميد بن عبد الرحمن السحيباني، بحث مقدم لمؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة، كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات، 2001م.

× تاسعاً: م الواقع الإنترنـت:

- (210) أخلاقيات الإعلام في القرآن الكريم: www.forum.tfa9el.com/7688.html
- (211) أخلاقيـة الإعلـام الإـسلامـي: الـدكتـورـةـ صـبـاحـ عـبـدـ الـوهـابـ، www.basaernews.i8.com/13/study.htm
- (212) الإـعلـام الإـسلامـيـ وـالـخطـابـ الـجـديـدـ: أـحمدـ شـهـابـ، www.annabaa.org/nbanews/66/008.htm
- (213) الإـعلـامـ فـيـ القـرـآنـ الـكـرـيمـ: الـشـيخـ مـؤـيدـ الـخـزـرجـيـ، <http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>
- (214) الإـعلـامـ فـيـ القـرـآنـ وـمـوـقـفـهـ مـنـ شـائـعـاتـ السـوـءـ: مـحـمـدـ مـحـمـودـ كـالـوـ، www.dahsha.com/viewarticle.php?id=6710
- (215) الأـهـمـيـةـ الـتـيـ يـكـتبـهاـ الإـعلـامـ الإـسلامـيـ، www.startimes2.com/f.aspx?t=1579464
- (216) الـجـهـادـ فـيـ القـرـآنـ الـكـرـيمـ: www.balagh.com/mosoa/tafsir/m40n4iyu.htm
- (217) الـحـوـارـ بـالـتـيـ هـيـ أـحـدـ سـنـ دـيـوسـ فـالـقـرـضـ لـاوـيـ، www.balagh.com/mosoa/tablg/ws1czjie.htm
- (218) الـعـلـةـ بـةـ بـيـنـ الإـعلـامـ الـإـسـلامـيـ وـالـجـهـادـ، www.e3lami.com/articles.php?articleid=175&id=39
- (219) النـفـاقـ وـالـمـنـافـقـونـ: مـقـدـادـ مـحـمـدـ، www.balagh.com/mosoa/tablg/xp0o32hc.htm
- (220) الـلـوـاءـ وـالـلـوـاءـ الـمـضـادـ: مـاجـدـ الـغـربـلـاوـيـ، www.balagh.com/mosoa/tablg/ut11pvql.htm
- (221) إـيجـابـيـةـ التـسـوـعـ فـيـ الـخـطـابـ الـإـسـلامـيـ: مـحـمـدـ بـنـ صـالـحـ الدـحـيمـ، www.islamtoday.net/nawafeth/artshow-40-7906.htm
- (222) ظـاهـرـةـ التـركـيزـ الـقـرـآنـيـ عـلـىـ الـيـهـودـ الـأـسـبـابـ وـالـدـلـالـاتـ: عـبـدـ الـسـلـامـ زـيـنـ الـعـابـدـينـ، www.balagh.com/mosoa/tafsir/fu0rrhtw.htm
- (223) مـرـتـكـزـاتـ أـسـاسـيـةـ فـيـ الإـعلـامـ الـقـرـآنـيـ: www.balagh.com/matboat/qbook/71

• عـاشرـاً: صـوتـيـاتـ:

- (224) برـنـامـجـ أـخـلاقـنـاـ فـيـ الـمـيزـانـ: الـدـكـتوـرـ وـجـديـ غـنـيمـ، قـناـةـ الرـسـالـةـ الـفـضـائـيـةـ، حـلـقـةـ بـعـنـوانـ (ـالـإـعلـامـ وـالـكـلـمـةـ)، بـتـارـيـخـ 6/12/2008ـمـ.

رابعاً: فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ	الأهداء
ب	الشكر والتقدير
ج	المقدمة
الفصل التمهيدي ... مدخل إلى الإعلام	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الإعلام نشأته وتطوره
10	المبحث الثاني: أهمية الإعلام، ومكوناته، و مجالاته
10	أولاً: أهمية الإعلام
12	ثانياً: مكونات الإعلام
16	ثالثاً: مجالات الإعلام
19	المبحث الثالث: المسئولية الإعلامية بين الأهداف والوظائف
19	أولاً: أهداف الإعلام
21	ثانياً: وظائف الإعلام
23	ثالثاً: المسئولية الإعلامية
الفصل الأول ... تعريف الإعلام ومقوماته	
30	تمهيد
31	المبحث الأول: تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن
32	المطلب الأول: تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً
32	أولاً: الإعلام لغة
34	ثانياً: الإعلام اصطلاحاً
37	ثالثاً: الإعلام الإسلامي
40	المطلب الثاني: القرآن أساس الإعلام
43	المطلب الثالث: خصائص الإعلام في القرآن الكريم
49	المبحث الثاني: مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن
50	المطلب الأول: ورود مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن الكريم

57	المطلب الثاني: اللطائف المستفادة من ورود مادة "علم ومشقاتها في القرآن"
61	المطلب الثالث: الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم
64	المبحث الثالث: مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن
65	المطلب الأول: المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي
71	المطلب الثاني: مقومات العملية الإعلامية في القرآن
75	المطلب الثالث: معوقات العملية الإعلامية في القرآن
الفصل الثاني ... ضوابط الإعلام في القرآن الكريم	
81	تمهيد
82	المبحث الأول: الضوابط بين الإرسال والتلقى
83	المطلب الأول: ضوابط المرسل
97	المطلب الثاني: ضوابط الرسالة
107	المطلب الثالث: ضوابط الوسيلة
113	المطلب الرابع: ضوابط المتلقى
118	المبحث الثاني: الإعلام زمن السلم وضوابطه
119	المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمن السلم
121	المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمن السلم
125	المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمن السلم
131	المبحث الثالث: الإعلام زمن الحرب وضوابطه
132	المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمن الحرب
135	المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمن الحرب
141	المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمن الحرب
الفصل الثالث ... أساليب الإعلام وأثاره في ضوء القرآن الكريم	
149	تمهيد
150	المبحث الأول: الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن
151	المطلب الأول: أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن
164	المطلب الثاني: أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن
167	المطلب الثالث: الأعداء وأساليبهم الإعلامية

174	المطلب الرابع: الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية
183	المبحث الثاني: آثار الإعلام في ضوء القرآن
184	المطلب الأول: أثر الإعلام في ترسیخ العقيدة
187	المطلب الثاني: أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات
190	المطلب الثالث: أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة
193	المطلب الرابع: أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأعداء
196	الخاتمة والتوصيات
الفهرس	
201	فهرس الآيات القرآنية
217	فهرس الأحاديث النبوية
218	ث بت المصادر والمراجع
234	فهرس الموضوعات
A	Abstract



ABSTRACT

Abstract

Praise be to Allah, Lord of the Worlds, and prayers and peace be upon the most honorable of all prophets and messengers, Muhammad bin Abdullah, the most honest and truthful.

This research is talking about the controls, ingredients and methods of media, through the Holy Koran; as a result of its clear impact in all walks of life, especially in the light of the technological advances and the revolution in communication.

This study consisted of four chapters: □

The Introductory chapter: was an entry to this study through the three inquiries, which were talking about the emergence of media, its development, the importance of media, its fields and the main components which dealt with.

Then it talked about the objectives pursued by the media for their achievement, and functions that should be undertaken, and the consequent responsibilities of both.

The first chapter: tackled the definition of media and its components, and how that media is different from the Islamic and Religious media, both of which the Holy Koran talked about, and a group of properties, in addition to the obstacles that may stand in its way.

The second chapter: talked about controls of media in the Holy Quran, in normal times, and then controls in times of peace and treaties, and in times of wars and crises, all these controls were derived from the Koran.

The third chapter: dealt with the methods of media in the Holy Quran and its effects, it talked about both positive and constructive, destructive and negative media, the aim of these methods, and then explained the implications of these media messages, the methods used in the impact of various aspects of life, in terms of beliefs, ethics and the role of media to unite the nation, and the demolition of schemes of its enemies.

Finally, this study presented some results, such as media as a legal duty and a humanitarian necessity; to save the world, human confusion and blindness.

While the recommendations focused on activating the role of the media in spreading the call, to address the enemies, through the new form, but not a traditional pattern

(A)